

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับชม ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ ตลาดสดสนามเป้า” ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่เคยชมรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ที่อาศัยอยู่ในเขตต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร ทั้ง 50 เขต จำนวน 5,658,953 คน¹ โดยใช้ฐานตัวเลขประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2549

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากสูตรของ Taro Yamane โดยเลือกใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งพิจารณาจากจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ฐานตัวเลขในปี พ.ศ. 2549 จำนวน 5,658,953 คน และกำหนดความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% การคำนวณใช้สูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

¹ ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, “รายงานทางสถิติจำนวนประชากรและบ้านในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายแขวงและเขต,” <<http://www.bma.go.th>>, 5 ธันวาคม 2549.

สามารถแทนค่าในสูตรได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ } e &= 0.05 \text{ และ } N = 5,658,953 \\ n &= \frac{5,658,953}{1 + 5,658,953 (0.05^2)} \\ &= 400 \end{aligned}$$

ดังนั้น ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการจะศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นในงานวิจัยนี้จึงใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา จำนวน 400 คน

การสุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลที่ครบถ้วนตามที่ผู้วิจัยต้องการ ตามลำดับ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเขตทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 50 เขต ดังนี้

- | | | |
|---------------------|----------------|-------------|
| - พระนคร | - บางกอกใหญ่ | - จตุจักร |
| - ดุสิต | - ห้วยขวาง | - บางคอแหลม |
| - หนองจอก | - คลองสาน | - ประเวศ |
| - บางรัก | - ดลิ่งชั้น | - คลองเตย |
| - บางเขน | - บางกอกน้อย | - สวนหลวง |
| - บางกะปิ | - บางขุนเทียน | - จอมทอง |
| - ปทุมวัน | - ภาษีเจริญ | - ดอนเมือง |
| - บ่อมปราบศัตรูพ่าย | - หนองแขม | - ราชเทวี |
| - พระโขนง | - ราชบุรีบูรณะ | - ลาดพร้าว |
| - มีนบุรี | - บางพลัด | - วัฒนา |
| - ลาดกระบัง | - ดินแดง | - บางแค |
| - ยานนาวา | - บึงกุ่ม | - หลักสี่ |
| - สัมพันธวงศ์ | - สาทร | - สายไหม |
| - พญาไท | - บางซื่อ | - คันนายาว |

- | | | |
|-------------|------------|--------------|
| - ธนบุรี | - ทวีวัฒนา | - สะพานสูง |
| - คลองสามวา | - ทุ่งครุ | - วังทองหลาง |
| - บางนา | - บางบอน | |

เพื่อเลือกเขตในการสุ่มตัวอย่างมาจำนวน 10 เขต ผลการจับฉลากได้เขตที่เป็นตัวแทนคือ

- | | |
|------------------|----------------|
| 1. เขตห้วยขวาง | 2. เขตบางนา |
| 3. เขตปทุมวัน | 4. เขตหลักสี่ |
| 5. เขตพระโขนง | 6. เขตดุสิต |
| 7. เขตจตุจักร | 8. เขตลาดพร้าว |
| 9. เขตบางกอกน้อย | 10. เขตบึงกุ่ม |

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความไม่น่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accident Sampling) โดยแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่พบเจอโดยบังเอิญในสถานที่ที่ทำการสุ่มตามที่กำหนดไว้ทั้ง 10 เขต จำนวนรวม 400 คน อันประกอบด้วยบุคคลหลากหลายสถานภาพและอาชีพเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการศึกษาต่อไป โดยก่อนทำการเก็บข้อมูล ผู้ศึกษาได้ใช้คำถามนำเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในขั้นต้นว่า ท่านชมรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” หรือไม่ ก่อนทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนั้นด้วยแบบสอบถามที่เตรียมไว้

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้จำแนกตัวแปรตามสมมติฐาน โดยแบ่งตัวแปรออกเป็น 2 ประเภทคือ ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชม รายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้า ลักษณะการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้า ระยะเวลาในการติดตามชมรายการตลาดสดสนามเป้า และการเปิดรับชมช่วงต่างๆ ของรายการตลาดสดสนามเป้า

สมมติฐานที่ 2 ผู้ชม รายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจจากการชมรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจจากการชมรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” แบ่งเป็น ความพึงพอใจด้านรูปแบบรายการ ด้านองค์ประกอบเนื้อหารายการ ด้านองค์ประกอบการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้า และด้านคุณสมบัติของพิธีกรรายการตลาดสดสนามเป้า

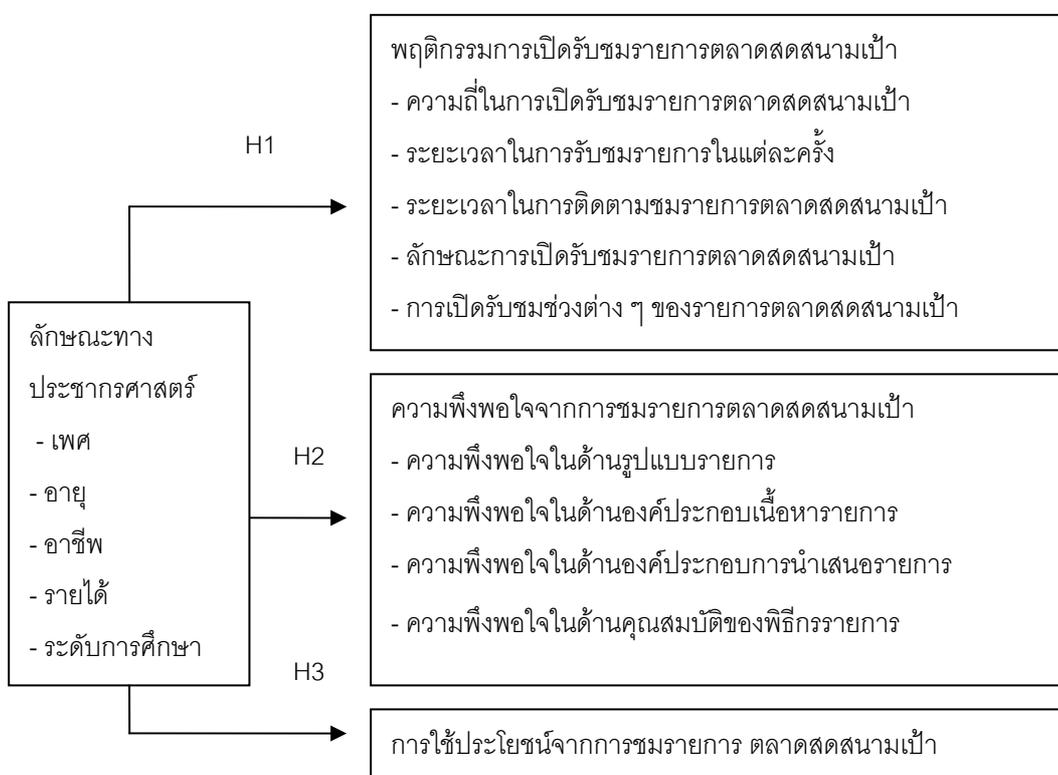
สมมติฐานที่ 3 ผู้ชมรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ “ตลาดสดสนามเป้า” แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์จากการชมรายการ “ตลาดสดสนามเป้า”

แผนภาพที่ 3.1

แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย



เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามประเภทให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) เป็นคำถามแบบให้เลือกคำตอบ และคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (rating Scale) เพื่อความสะดวกแก่ผู้ตอบ แบบสอบถามที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ ประกอบด้วยคำถาม 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้น ที่ถามถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระดับการศึกษา (check list)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับความถี่ในการเปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้า ระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า แต่ละครั้ง ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการตลาดสดสนามเป้า ระยะเวลาในการติดตามชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า ลักษณะการชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า และความสนใจชมช่วงรายการต่าง ๆ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ (check list)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จากการรับชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ด้านรูปแบบรายการ ด้านองค์ประกอบเนื้อหา รายการ ด้านองค์ประกอบการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้า และด้านคุณสมบัติของพิธีกรรายการตลาดสดสนามเป้า

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการตลาดสดสนามเป้า โดยให้กลุ่มตัวอย่างเลือกระดับการใช้ประโยชน์ว่าอยู่ในระดับใด โดยคำตอบเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อการรับชมรายการตลาดสดสนามเป้า เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended) แบ่งเป็น 5 ด้าน คือ ด้านรูปแบบรายการ ด้านองค์ประกอบเนื้อหา รายการ ด้านองค์ประกอบการนำเสนอรายการตลาดสดสนามเป้า และด้านคุณสมบัติของพิธีกรรายการตลาดสดสนามเป้า

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำแบบสอบถามไปปรึกษาและขอรับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษา รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติ เพื่อพิจารณาถึงโครงสร้างของแบบสอบถาม (Construct Validity) เนื้อหา และภาษาที่ใช้ (Content Validity) ในแบบสอบถามว่ามีความเหมาะสมและความชัดเจนของถ้อยภาษาตรงตามประเด็นการศึกษาและสัมพันธ์สอดคล้องกับแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ตลอดจนวัตถุประสงค์ของการศึกษาหรือไม่

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว มาทดสอบความเชื่อมั่นโดยการทดลองนำไปใช้ (pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการตลาดสดสนามเป้า ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไรก็ตามค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left\{ 1 - \frac{V_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ α = ความน่าเชื่อถือ

K = จำนวนข้อ

V_i = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V_t = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ซึ่งค่าความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่คำนวณได้ 0.70 หมายความว่าเครื่องมือนี้มีความเชื่อถือในระดับที่สามารถยอมรับได้

การวัดค่าและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ

สำหรับตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับชม ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า ซึ่งในแต่ละตัวแปรมีรายละเอียดและเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า ข้อความที่ใช้วัดความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า เป็นการประเมินค่าแบบไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) วัดจากระดับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์

จากการรับชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	=	พึงพอใจหรือมีการใช้ประโยชน์มากที่สุด
4	=	พึงพอใจหรือมีการใช้ประโยชน์มาก
3	=	พึงพอใจหรือมีการใช้ประโยชน์ปานกลาง
2	=	พึงพอใจหรือมีการใช้ประโยชน์น้อย
1	=	พึงพอใจหรือมีการใช้ประโยชน์น้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนของระดับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า มาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\text{คะแนนสูงสุดของระดับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์} = 5$$

$$\text{คะแนนต่ำสุดของระดับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์} = 1$$

$$\begin{aligned} \text{พิสัยของคะแนนเฉลี่ย} &= \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} \\ &= 5 - 1 \\ &= 4 \end{aligned}$$

กำหนดความหมายของระดับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ 4 ระดับ

$$\begin{aligned} \text{อันตรายภาคชั้น} &= \text{พิสัย/จำนวนชั้น} \\ &= 4/5 \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ดังนั้น ค่าเฉลี่ยที่ได้จากการคำนวณจะแปลความหมายดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจหรือการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ มากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจหรือการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการมาก

2.61 – 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจหรือการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการปานกลาง

1.81 - 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจหรือการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจหรือการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่ง

ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้ระยะเวลา 1 สัปดาห์ และเก็บรวบรวมแบบสอบถามมาลงรหัสด้วยมือในแบบสอบถาม เพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้เป็นอยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์สามารถอ่านค่าได้ หลังจากนั้นได้ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ จัดทำรายงานศึกษา และสรุปผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม และปฏิบัติตามขั้นตอนดังนี้

1. ลงรหัส (Coding) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปของตัวเลข หรือรหัส
2. ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อประมวลและวิเคราะห์ข้อมูล
3. แปลความหมายของข้อมูลที่ได้หลังจากการประมวลผล และจัดทำตาราง

แสดงผลร้อยละและแสดงค่าทางสถิติ เพื่อทำรายงานอธิบายสรุปผลการวิจัยต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ มี 2 ประเภท ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูลในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า ความพึงพอใจของผู้ชมจากการรับชมรายการ ตลาดสดสนามเป้า และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมจากการรับชมรายการตลาดสดสนามเป้า
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ตัวแปรตามในสมมติฐานต่าง ๆ โดยใช้การวิเคราะห์ดังนี้คือ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)