

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์และการตัดสินใจเลือกดาวน์โหลดเพลงผ่านเว็บไซต์ของบริษัท ค่ายเพลง Love is ผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางระเบียบวิธีการศึกษาไว้ดังนี้

รูปแบบการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการศึกษาระเบียบวิธีข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจภาคตัดขวาง (Cross-sectional Survey)

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นประชากรที่มีอายุระหว่าง 12-25 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งในการศึกษานี้ ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลของ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ซึ่งได้ระบุไว้ใน รายงานข้อมูลจำนวนประชากรปี 2549 ว่าจำนวนประชากรที่มีอายุระหว่าง 12-25 ปีในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวนทั้งสิ้น 1,138,642 คน¹ ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ 50 เขต² ได้แก่

- | | | |
|-----------------|----------------------|-----------------|
| 1. พระนคร | 2. ดุสิต | 3. หนองจอก |
| 4. บางรัก | 5. บางเขน | 6. บางกะปิ |
| 7. ปทุมวัน | 8. ป้อมปราบศัตรูพ่าย | 9. พระโขนง |
| 10. มีนบุรี | 11. ลาดกระบัง | 12. ยานนาวา |
| 13. สัมพันธวงศ์ | 14. พญาไท | 15. ธนบุรี |
| 16. บางกอกใหญ่ | 17. ห้วยขวาง | 18. คลองสาน |
| 19. ดลิ่งชัน | 20. บางกอกน้อย | 21. บางขุนเทียน |

¹กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, “รายงานข้อมูลจำนวนประชากรปี 2549,” <http://210.1.20.11/pop48/stu_se_sch.htm>, 4 เมษายน 2550.

²สำนักงานปลัดกรุงเทพมหานคร, “ข้อมูลพื้นฐานกรุงเทพมหานคร: การแบ่งเขตตามที่ตั้งของพื้นที่,” <<http://www.bma.go.th/info/>>, 4 เมษายน 2550.

- | | | |
|---------------|--------------|-----------------|
| 22. ภาษีเจริญ | 23. หนองแขม | 24. ราษฎร์บูรณะ |
| 25. บางพลัด | 26. ดินแดง | 27. บึงกุ่ม |
| 28. สาทร | 29. บางซื่อ | 30. จตุจักร |
| 31. บางคอแหลม | 32. ประเวศ | 33. คลองเตย |
| 34. สวนหลวง | 35. จอมทอง | 36. ดอนเมือง |
| 37. ราชเทวี | 38. ลาดพร้าว | 39. วัฒนา |
| 40. บางแค | 41. หลักสี่ | 42. สายไหม |
| 43. คันนายาว | 44. สะพานสูง | 45. วังทองหลาง |
| 46. คลองสามวา | 47. บางนา | 48. ทวีวัฒนา |
| 49. ทุ่งครุ | 50. บางบอน | |

กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณ โดยใช้สูตรของ Taro Yamane³ ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ตามสูตรดังนี้คือ

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

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่าตามสูตร ได้ผลดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,138,642}{1 + 1,138,642 (.05)^2} \\ &= 399.94 \text{ คน (= 400 คน)} \end{aligned}$$

³สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 12 (กรุงเทพมหานคร: บริษัทเฟื่องฟ้า พรินติ้ง จำกัด, 2546), น. 141.

การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น โดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่มตามพื้นที่เขตการปกครองในกรุงเทพมหานคร 50 เขต ซึ่งแบ่งได้ 3 กลุ่ม⁴ ดังนี้

เขตชั้นใน ประกอบด้วย 21 เขตปกครอง คือ พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย สัมพันธวงศ์ ปทุมวัน บางรัก ยานนาวา สาทร บางคอแหลม ดุสิต บางซื่อ พญาไท ราชเทวี ห้วยขวาง คลองเตย จตุจักร ธนบุรี คลองสาน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ ดินแดง วัฒนา

เขตชั้นกลาง ประกอบด้วย 18 เขตปกครอง คือ พระโขนง ประเวศ บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว บึงกุ่ม บางพลัด ภาษีเจริญ จอมทอง ราษฎร์บูรณะ สวนหลวง บางนา ทุ่งครุ บางแค วังทองหลาง คันนายาว สะพานสูง สายไหม

เขตชั้นนอก ประกอบด้วย 11 เขตปกครอง คือ มีนบุรี ดอนเมือง หนองจอก ลาดกระบัง ดลิ่งชั้น หนองแขม บางขุนเทียน หลักสี่ คลองสามวา บางบอน ทวีวัฒนา

จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่าง 20 เขตจากทั้งหมด 50 เขต ดังนี้

กลุ่มเขตชั้นใน $(21 \times 20) / 50 = 8.4$ หรือ 9 เขต

กลุ่มเขตชั้นกลาง $(18 \times 20) / 50 = 7.2$ หรือ 7 เขต

กลุ่มเขตชั้นนอก $(11 \times 20) / 50 = 4.4$ หรือ 4 เขต

รวมทั้งหมด 20 เขต

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยจับฉลากเลือกเขตตามทีคำนวณไว้จากขั้นที่ 1 ดังนี้

เขตชั้นใน 9 เขต ประกอบด้วย ป้อมปราบศัตรูพ่าย บางรัก ดุสิต พญาไท คลองเตย จตุจักร บางกอกใหญ่ ดินแดง ปทุมวัน

เขตชั้นกลาง 7 เขต ประกอบด้วย พระโขนง บางเขน บางกะปิ ลาดพร้าว ภาษีเจริญ บางแค บางพลัด

เขตชั้นนอก 4 เขต ประกอบด้วย หลักสี่ ดลิ่งชั้น ดอนเมือง ลาดกระบัง

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยให้กลุ่มตัวอย่างมีคุณสมบัติตามคุณลักษณะของประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 12-25 ปี เก็บข้อมูล 20 เขต เขตละ 20 คน รวม 400 คน

⁴สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. "รายงานสถานการณ์คุณภาพสิ่งแวดล้อมของ กรุงเทพมหานคร 2544," <<http://www.bma.go.th>>, 22 ธันวาคม 2547.

ขั้นที่ 4 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างตามขั้นตอนที่ 3 และใช้วิธีการ Interviewing-scheduled Questionnaire หรือ Face-to-Face Interview โดยทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น แหล่งชุมชนต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า บริษัทห้างร้าน และย่านช้อปปิ้ง

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

- 1.1 ตัวแปรอิสระ ลักษณะประชากรศาสตร์
- 1.2 ตัวแปรตาม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์

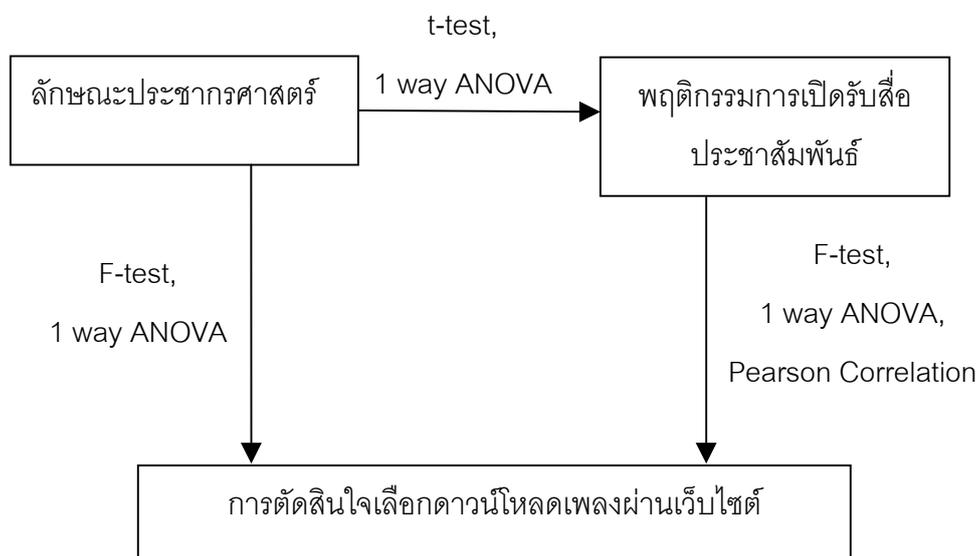
สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกดาวน์โหลดเพลงของบริษัทค่ายเพลง Love is ผ่านเว็บไซต์แตกต่างกัน

- 2.1 ตัวแปรอิสระ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
- 2.2 ตัวแปรตาม การตัดสินใจเลือกดาวน์โหลดเพลง

สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกดาวน์โหลดเพลงของบริษัทค่ายเพลง Love is แตกต่างกัน

- 3.1 ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากรศาสตร์
- 3.2 ตัวแปรตาม เหตุผลในการตัดสินใจเลือกดาวน์โหลดเพลง

ภาพที่ 3.1
แสดงกรอบตัวแปรการศึกษา



เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) 1 ชุด มี 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 เป็นคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับพฤติกรรมกรฟังเพลงและการดาวน์โหลดเพลง

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธประเภทต่าง ๆ ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร ทั้งจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต

ตอนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิด เกี่ยวกับการตัดสินใจดาวน์โหลดเพลงของบริษัทค่ายเพลง Love is ผ่านเว็บไซต์

สำหรับการวัดค่าตัวแปร และการให้คะแนนคำตอบของข้อคำถามในแบบสอบถาม ผู้ศึกษาทำการวัดค่าและให้คะแนนคำตอบที่ใช้ในการศึกษาดังนี้

ตัวแปร ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้) วัดเป็นร้อยละ

ตัวแปร การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการดาวน์โหลดเพลงทั่วไป โดยวัดเป็นระดับความถี่ หรือจำนวนครั้งในการเปิดรับ

ตัวแปร การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ของบริษัท Love is โดยวัดความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าว ทั้งจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่ออินเทอร์เน็ต วัดเป็นระดับการให้คะแนนความบ่อยครั้ง 5 ระดับ

- ทุกวัน	ให้	5	คะแนน
- 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	ให้	4	คะแนน
- 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	ให้	3	คะแนน
- 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	ให้	2	คะแนน
- น้อยกว่า 1 ครั้ง	ให้	1	คะแนน
- ไม่เคย	ให้	0	คะแนน

โดยมีเกณฑ์ในการให้ความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

4.21-5.00	=	เป็นการเปิดรับข่าวสารทุกวัน
3.41-4.20	=	เป็นการเปิดรับข่าวสาร 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์
2.61-3.40	=	เป็นการเปิดรับข่าวสาร 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์
1.81-2.60	=	เป็นการเปิดรับข่าวสาร 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์
1.00-1.80	=	เป็นการเปิดรับข่าวสารน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์

ตัวแปร เหตุผลในการดาวน์โหลดเพลงทางเว็บไซต์ ซึ่งวัดเป็นระดับการให้ความสำคัญของเหตุผลในการตัดสินใจดาวน์โหลดเพลงในแต่ละประเด็นเป็น 5 ระดับคือ

- มากที่สุด	ให้	5	คะแนน
- มาก	ให้	4	คะแนน
- ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
- น้อย	ให้	2	คะแนน
- น้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

โดยมีเกณฑ์ในการให้ความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

4.21-5.00	=	เป็นสาเหตุในการตัดสินใจมากที่สุด
3.41-4.20	=	เป็นสาเหตุในการตัดสินใจมาก
2.61-3.40	=	เป็นสาเหตุในการตัดสินใจปานกลาง
1.81-2.60	=	เป็นสาเหตุในการตัดสินใจน้อย
1.00-1.80	=	เป็นสาเหตุในการตัดสินใจน้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การประเมินคุณภาพของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา มีการจัดทำ 2 วิธี คือ

1. การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) นำแบบสอบถามไปขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการเฉพาะบุคคล ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการศึกษาสัมพันธ์สินค้า เพื่อพิจารณาความครอบคลุมในเนื้อหาของแบบสอบถาม และเป็นการทดสอบความเที่ยงตรงและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม รวมถึงให้ได้คำถามที่สามารถสื่อความหมายได้ตรงกันระหว่างผู้ศึกษา

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ หรือความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) โดยเลือกทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างและประชากรจริง เป็นการทดสอบก่อน (Pre-test) จำนวน 30 ชุด แล้วนำแบบสอบถามนั้นมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของแบบสอบถามที่กำหนดเป็น Interval scale แบบ Likert scale โดยการหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) โดยใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left[\frac{1 - \sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

เมื่อ α = ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวัด

$\sum s_i^2$ = ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนในแต่ละข้อ

s_t^2 = ค่าความแปรปรวนของคะแนนจากข้อคำถามทุกข้อ

N = จำนวนข้อคำถามหรือจำนวนรายการทั้งหมดที่ใช้วัด

จากการคำนวณได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาได้ค่า α อยู่ที่ 0.8523 ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดที่ว่าค่าอัลฟาต้องเท่ากับหรือไม่ต่ำกว่า 0.8 ซึ่งหมายความว่าโดยภาพรวมแล้วแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ที่ใช้ได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้แบ่งลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิเป็นข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกเอง โดยเลือกสุ่มตัวอย่างไปยังแหล่งชุมชนต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า บริษัทห้างร้าน และย่านช้อปปิ้ง

2. ข้อมูลทุติยภูมิเป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าหนังสือบทความจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ ข้อมูลปฐมภูมิ

กรรมวิธีทางข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด และนำมาตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูลแล้ว จึงดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลดังนี้

1. ให้คะแนนและลงรหัส (Coding) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปของตัวเลข (รหัส) ที่เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถอ่านได้
2. นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้ว ไปลงใน General Coding Sheet
3. ใช้โปรแกรมคำนวณสถิติทางสังคมศาสตร์สำเร็จรูป ในการป้อนข้อมูล ประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเพื่อการศึกษา
4. แปลความหมายข้อมูลที่ประมวลผลแล้วเพื่อทำรายงานผลการศึกษาคืบต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำผลที่ได้จากการประมวลผลข้อมูล ด้วยโปรแกรมคำนวณสถิติทางสังคมศาสตร์ สำเร็จรูป มาวิเคราะห์สรุปและนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการบรรยายข้อมูล โดยวิธีการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายถึง
 - ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
 - พฤติกรรมการฟังเพลงและการเลือกดาวน์โหลดเพลงผ่านเว็บไซต์
 - พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ค่ายเพลง Love is ของกลุ่มตัวอย่าง
 - การตัดสินใจเลือกดาวน์โหลดเพลงของบริษัทค่ายเพลง Love is ผ่านเว็บไซต์ของกลุ่มตัวอย่าง
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยใช้สถิติในการคำนวณ ดังนี้

- การทดสอบ t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม และระบุว่าค่าเฉลี่ยของประชากรกลุ่มหนึ่งมากกว่าหรือน้อยกว่าอีกกลุ่มหนึ่ง
- การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบหาความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์
- การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยทีละคู่ โดยวิธี LSD (Least Significant Difference) สำหรับทดสอบหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของแต่ละคู่ภาย หลังที่ได้วิเคราะห์ความแปรปรวนพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว
- การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โปรดักท์ โมเมนต์ (Pearson's Product Moment Correlation Co-efficiency) เพื่อคุณลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ กับตัวแปรตาม ซึ่งเป็นตัวแปรที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกดาวนโหลดเพลง