

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับเนื้อหารายการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยผู้วิจัยได้ทำการวิจัยดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้การสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ภาคปกติ อายุระหว่าง 18-24 ปี

โดยผู้วิจัยได้รับข้อมูลจากสำนักคณะกรรมการอุดมศึกษาซึ่งข้อมูลดังกล่าวได้ทำการรวบรวมเมื่อเดือน กรกฎาคม 2550 ดังนี้ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีจำนวนนักศึกษาปริญญาตรีทั้งหมด 22,717 คน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มีจำนวนนักศึกษาปริญญาตรีทั้งหมด 37,931 คน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีจำนวนนักศึกษาปริญญาตรีทั้งหมด 25,117 คน มหาวิทยาลัยมหิดล มีจำนวนนักศึกษาปริญญาตรีทั้งหมด 15,685 คน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร มีจำนวนนักศึกษาปริญญาตรีทั้งหมด 13,528 คน และมหาวิทยาลัยศิลปากร มีจำนวนนักศึกษาปริญญาตรีทั้งหมด 15,936 คน รวมนักศึกษามหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร 6 แห่ง มีจำนวนนักศึกษาปริญญาตรีทั้งหมดจำนวน 130,914 คน

ขนาดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ในกรณีนี้ผู้วิจัยสามารถทราบจำนวนที่แน่นอน จึงอาศัยสูตรคำนวณการกำหนดขนาดตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปประมาณค่าเฉลี่ยของประชากร โดยใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ n	แทน	ขนาดของตัวอย่าง
N	แทน	ขนาดของประชากร
E	แทน	ความคลาดเคลื่อนจากการคาดประมาณ

จากสูตร ผู้วิจัยทราบว่า จำนวนประชากรเป้าหมายทั้งสิ้น คือ 130,914 คน และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนจากการประมาณค่าเฉลี่ยของประชากรทั้งสิ้น 5% กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95%

แทนค่า ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= \frac{130,914}{1 + 130,914(.05^2)} \\ &= 400 \end{aligned}$$

จากการคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น 400 คน

วิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบ่งตามสัดส่วนจริงตามประชากรแต่ละคณะ มีการแบ่งประชากรทั้งสิ้นเป็น 6 กลุ่ม เพื่อจะได้จำนวนประชากรครบทุกกลุ่ม ด้วยวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง ดังนี้

1. ใช้ Stratified Sampling โดยจากประชากรทั้งหมด 130,914 คน แบ่งประชากรเป็น 6 กลุ่ม โดยดูจากลักษณะประชากรแต่ละกลุ่ม
2. ใช้กำหนดตัวอย่างแบบ Proportionate Sampling ในการกำหนดขนาดตัวอย่างได้กลุ่มตัวอย่างตามแต่ละคณะในการศึกษาวิจัย ดังนี้

<u>มหาวิทยาลัย</u>	<u>จำนวนนักศึกษา</u>	<u>จำนวนตัวอย่าง</u>
1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	22,717 คน	69 คน
2. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	37,931 คน	116 คน
3. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	25,117 คน	77 คน
4. มหาวิทยาลัยมหิดล	15,685 คน	48 คน
5. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร	13,528 คน	41 คน
6. มหาวิทยาลัยศิลปากร	15,936 คน	49 คน
รวม	130,914 คน	400 คน

3. ใช้การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยคัดเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ ให้ครบตามจำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ศึกษารูปแบบที่เหมาะสมในการเสนอข่าวสารเพื่อกระบวนการเรียนรู้ของประชาชนทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต” จากสมมติฐานได้กำหนดตัวแปรที่ศึกษาดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1

ลักษณะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตของแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ สถานที่ ระยะเวลา ความถี่ และเนื้อหาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้ง

สมมติฐานข้อที่ 2

แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต

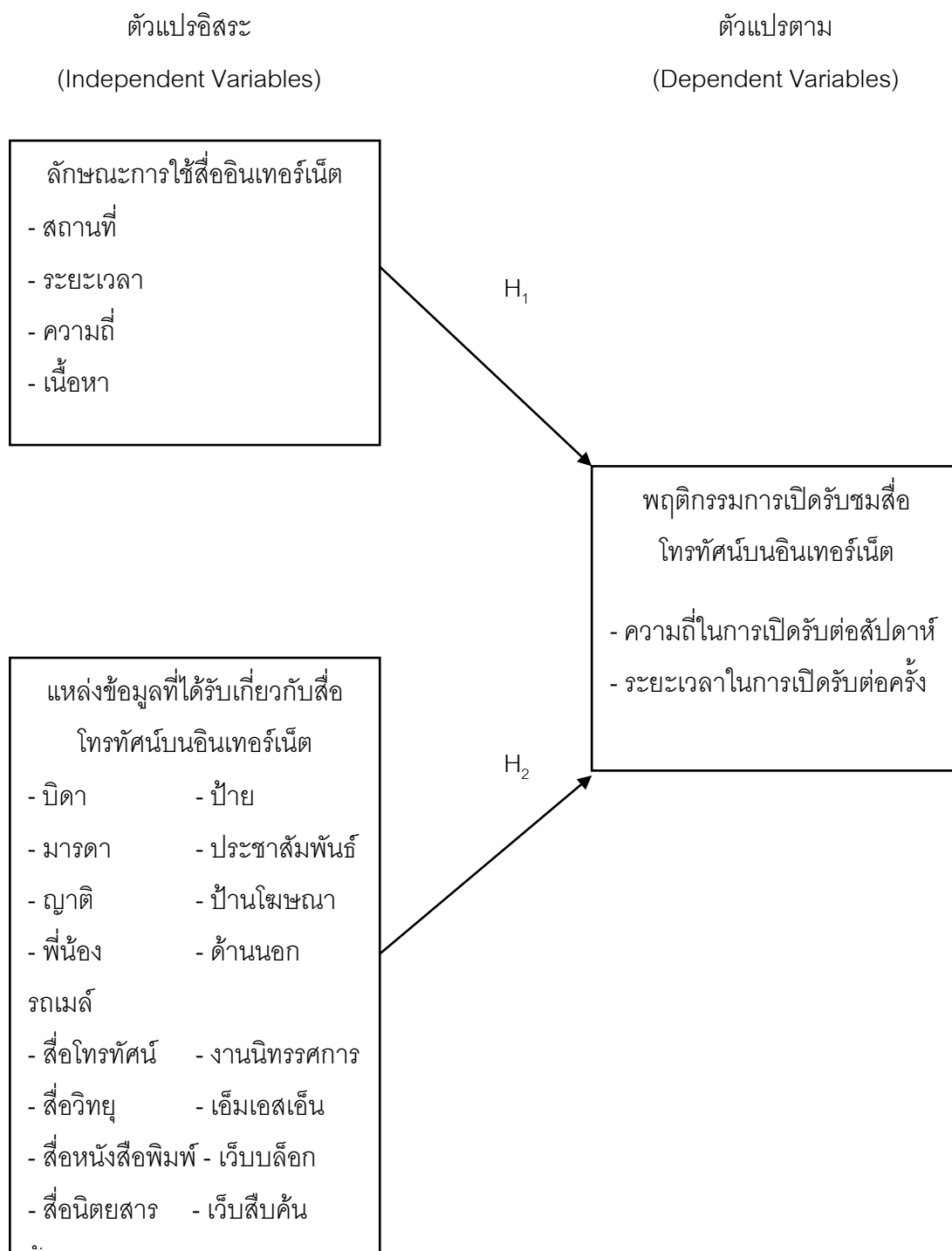
ตัวแปรอิสระ คือ แหล่งข้อมูลที่ได้รับเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ได้แก่ บิดา มารดา ญาติ พี่น้อง สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อนิตยสาร แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์

ผ่านโฆษณาผ่านนอกรถเมล์ งานนิทรรศการ เอ็มเอสเอ็น (MSN) เว็บ บล็อก (Web Blog) เว็บไซต์ค้นข้อมูล แบนเนอร์โฆษณา

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้ง

แผนภาพที่ 3.1

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัยแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วย แบบสอบถามชนิดปลายปิด และปลายเปิดทั้งหมด 5 ส่วน โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน (รวมกัน) จำนวน 3 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 2 ลักษณะเปิดรับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 7 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต จำนวน 2 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 4 เนื้อหารายการทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตที่ท่านเปิดรับชม จำนวน 14 ข้อคำถาม

ส่วนที่ 5 แหล่งข้อมูลที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต จำนวน 17 ข้อคำถาม

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบนั้น ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำใช้เป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามเสนอให้ รองศาสตราจารย์บำรุง สุขพรรณ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาตรวจสอบโครงสร้าง ลักษณะทางภาษาและความครบถ้วนของประเด็นคำถาม เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องสมบูรณ์

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ไปทำการทดสอบก่อน (Pretest) กับนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ไม่ได้ถูกเลือกเป็นกลุ่มพื้นที่

ตัวอย่าง แต่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แบบอัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งมีสูตรดังนี้¹

$$\alpha = 1 - \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

เมื่อ α = ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นได้ของแบบสอบถาม

k = จำนวนข้อคำถาม

s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

s_x^2 = ความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด หรือกำลังสองของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ผลจากการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เรื่องรูปแบบในการนำเสนอข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต และแหล่งข้อมูลที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ได้ค่าความเชื่อมั่นได้ค่าความน่าเชื่อถือ เท่ากับ .8517 และเท่ากับ .8705 ตามลำดับ ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือตามหลักสถิติ

3. ตรวจและปรับปรุงแก้ไข เมื่อตรวจและปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามเสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงต่อไป

การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์ในการให้ค่าคะแนนคำตอบ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

1.1 เพศ

- ชาย

- หญิง

¹ประคอง กรวรรณสูตร, “การวิเคราะห์และการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย,” ใน สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น. 45-47.

1.2 อายุ ปี

1.3 รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน (รวมกัน)

- ไม่เกิน 20,000 บาท
- 20,001-40,000 บาท
- 40,001-60,000 บาท
- 60,001-80,000 บาท
- 80,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ลักษณะเปิดรับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2.1 ความบ่อยครั้งเปิดรับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

- ทุกวัน
- 4-6 วันต่อสัปดาห์
- 2-3 วันต่อสัปดาห์
- 1 วันต่อสัปดาห์
- นาน ๆ ครั้ง

2.2 ระยะเวลาในการเปิดรับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในแต่ละครั้ง

- น้อยกว่า 30 นาที
- 30 นาที – 1 ชั่วโมง
- มากกว่า 1 ชั่วโมง – 2 ชั่วโมง
- มากกว่า 2 ชั่วโมง

2.3 ในวันธรรมดาช่วงเวลาใดที่เปิดรับอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ตอบเพียงข้อ

เดียว)

- 06.01-09.00 น.
- 09.01-12.00 น.
- 12.01-15.00 น.
- 15.01-18.00 น.
- 18.01-21.00 น.
- 21.01-24.00 น.
- 00.01-03.00 น.
- 03.01-06.00 น.

2.4 ในวันหยุดช่วงเวลาใดที่เปิดรับอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- 06.01-09.00 น.
- 09.01-12.00 น.
- 12.01-15.00 น.
- 15.01-18.00 น.
- 18.01-21.00 น.
- 21.01-24.00 น.
- 00.01-03.00 น.
- 03.01-06.00 น.

2.5 การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแต่ละครั้ง สนใจเลือกเปิดรับเว็บไซต์ (Website) ที่มีเนื้อหาประเภทใด

- บันเทิง
- ความรู้และการศึกษา
- ประกาศและข่าวสารต่าง ๆ
- โฆษณาสินค้าและบริการ
- กีฬา

2.6 สถานที่ที่เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- ที่บ้าน หรือหอพัก
- ที่มหาวิทยาลัย
- ที่ทำงาน
- ที่ร้านบริการอินเทอร์เน็ต
- อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

2.7 เคยเปิดรับรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตหรือไม่

- เคย
- ไม่เคย

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต

3.1 การเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตในหนึ่งสัปดาห์ประมาณ.....
ครั้ง/สัปดาห์

3.2 ในแต่ละครั้งท่านเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตประมาณ.....

ชั่วโมง.....นาที

ส่วนที่ 4 เนื้อหารายการของสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตที่เปิดรับชม

- รายการข่าว
- รายการเกมส์โชว์
- รายการมิวสิควิดีโอเพลง
- รายการทอล์คโชว์
- รายการสารคดีต่างประเทศ
- รายการสารคดีในประเทศ
- รายการท่องเที่ยว
- รายการด้านเทคโนโลยี
- รายการเพื่อการศึกษา
- เล่นเกมส์ชิงรางวัลทำรายการต่าง ๆ ที่ออกอากาศผ่านสื่อโทรทัศน์บน

อินเทอร์เน็ต

- รายการกีฬา
- รายการถ่ายทอดสดด้านกีฬา
- เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางรายการโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตจัดขึ้น เช่น กิจกรรม

ท่องเที่ยว กิจกรรมคอนเสิร์ต กิจกรรมปลูกป่า ฯลฯ

- ชมรายการข่าวถ่ายทอดสดทันเหตุการณ์

ในการวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์ให้ค่าระดับตัวแปรของแบบสอบถามส่วนนี้ใช้การประเมินค่า แบบไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยกลุ่มตัวอย่างจะเลือกเนื้อหารายการที่รับชม โดยมีทางเลือกให้ตอบ 5 ระดับคือ

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

จากนั้นผู้วิจัยได้นำค่าเฉลี่ยมาบรรยายลักษณะตัวแปรข้างต้น โดยจัดเกณฑ์เป็น 5 ระดับ ดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนค่าคะแนนสูงสุด} - \text{จำนวนค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนค่าคะแนนทั้งหมด}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

- | | | | |
|-------------|-------------|---------|-----------------------------|
| - ค่าเฉลี่ย | 4.21 – 5.00 | หมายถึง | มีการรับชมในระดับมากที่สุด |
| - ค่าเฉลี่ย | 3.41 – 4.20 | หมายถึง | มีการรับชมในระดับมาก |
| - ค่าเฉลี่ย | 2.61 – 3.40 | หมายถึง | มีการรับชมในระดับปานกลาง |
| - ค่าเฉลี่ย | 1.81 – 2.60 | หมายถึง | มีการรับชมในระดับน้อย |
| - ค่าเฉลี่ย | 1.00 – 1.80 | หมายถึง | มีการรับชมในระดับน้อยที่สุด |

ส่วนที่ 5 แหล่งข้อมูลที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต

- โทรทัศน์
- วิทยุ
- หนังสือพิมพ์
- นิตยสาร
- ฟ่อ
- แม่
- ญาติ
- พี่น้อง
- เพื่อน
- แฟนพี่
- ป้ายประชาสัมพันธ์
- ป้ายโฆษณาด้านนอกรถเมล์
- งานนิทรรศการ
- เอ็มเอสเอ็น (MSN)
- เว็บ บล็อก (Web Blog)
- เว็บไซต์ค้นข้อมูล
- แบนเนอร์โฆษณา

ในการวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์ให้ค่าระดับตัวแปรของแบบสอบถามส่วนนี้ ใช้การประเมินค่า แบบไลเคิร์ตสเกล (Likert Scale) โดยกลุ่มตัวอย่างจะเลือกรับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต โดยมีทางเลือกให้ตอบ 5 ระดับคือ

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

จากนั้นผู้วิจัยได้นำค่าเฉลี่ยมาบรรยายลักษณะตัวแปรข้างต้น โดยจัดเกณฑ์เป็น 5 ระดับ ดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนค่าคะแนนสูงสุด} - \text{จำนวนค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนค่าคะแนนทั้งหมด}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

- ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีการรับชมในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีการรับชมในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีการรับชมในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีการรับชมในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีการรับชมในระดับน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยที่ผู้วิจัยและทีมผู้วิจัยจะเป็นผู้สัมภาษณ์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแบบตัวต่อตัว ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการตอบแบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมจากหนังสือ และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบความคิดของการวิจัยและการวิเคราะห์สรุปผลการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาลงรหัสเพื่อนำมาประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows Version 11 เพื่อคำนวณค่าสถิติและทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่านัยสำคัญที่ 0.05 โดยผู้วิจัยเป็นผู้ปฏิบัติเองทั้งหมด ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ จำนวน (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการแปลความเชิงบรรยายเพื่ออธิบายข้อมูลในด้าน

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว
- ส่วนที่ 2 ลักษณะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต
- ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต
- ส่วนที่ 4 รูปแบบในการนำเสนอข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตที่เปิด

รับชม

- ส่วนที่ 5 แหล่งข้อมูลที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต

2. สถิติเชิงอนุมาน (Statistical Inference)

ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เพื่อทดสอบความแตกต่างและความสัมพันธ์ของตัวแปร

2.1 ใช้ T-test เพื่อการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

2.2 ใช้สถิติ ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2

กลุ่ม

2.3 ใช้สถิติการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทราบถึงความสัมพันธ์ของตัวแปร ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ตของแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.1 ความถี่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.1 ดังนี้

H_0 : ความถี่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความถี่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.2 ระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.2 ดังนี้

H_0 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.3 การเปิดรับเนื้อหาในสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.3 ดังนี้

H_0 : การเปิดรับเนื้อหาในสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเปิดรับเนื้อหาในสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.4 สถานที่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.4 ดังนี้

H_0 : สถานที่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานที่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.5 ความถี่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.5 ดังนี้

H_0 : ความถี่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 : ความถี่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.6 ระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.6 ดังนี้

H_0 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.7 การเปิดรับเนื้อหาในสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.7 ดังนี้

H_0 : การเปิดรับเนื้อหาในสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 : การเปิดรับเนื้อหาในสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

สมมติฐานการวิจัยที่ 1.8 สถานที่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งแตกต่างกัน

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.8 ดังนี้

H_0 : สถานที่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานที่ในการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้งแตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ ANOVA ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 แหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.1 ปัจจัยภายนอก ได้แก่ แหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.1 ดังนี้

H_0 : แหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์

H_1 : แหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับต่อสัปดาห์

สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2.2 แหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้ง

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.2 ดังนี้

H_0 : แหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้ง

H_1 : แหล่งที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์บนอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับต่อครั้ง

สถิติที่ใช้ คือ การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)