

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับโฆษณาแฝงในรายการทางสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 ของวัยรุ่นไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยที่ผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังนี้

รูปแบบการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ในรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study)

ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ วัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 15-24 ปี และได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวน 400 ชุด ซึ่งกำหนดตามเกณฑ์การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ยามาเน่ (Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากกรมการปกครอง ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวน 818,166 คน ข้อมูล ณ วันที่ 25 มกราคม 2549¹

การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง

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

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

$$n = \frac{818,166}{1 + 818,166 (0.05)^2}$$

¹กรมการปกครอง, “ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร,” <<http://www.dopa.go.th>>, 25 มกราคม 2549.

$$= 399.97$$

ดังนั้น จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้คือ 400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสาน (Mix Method Sampling) โดยมีขั้นตอนของการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยสุ่มจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 50 เขต ดังนี้

- | | | |
|---------------------|---------------|--------------|
| - พระนคร | - บางกอกใหญ่ | - จตุจักร |
| - ดุสิต | - ห้วยขวาง | - บางคอแหลม |
| - หนองจอก | - คลองสาน | - ประเวศ |
| - บางรัก | - ดลิ่งชัน | - หนองเตย |
| - บางเขน | - บางกอกน้อย | - สวนหลวง |
| - บางกะปิ | - บางขุนเทียน | - จอมทอง |
| - ปทุมวัน | - ภาษีเจริญ | - ดอนเมือง |
| - ป้อมปราบศัตรูพ่าย | - หนองแขม | - ราชเทวี |
| - พระโขนง | - ราษฎร์บูรณะ | - 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. ดินแดง
2. บางพลัด
3. บางแค
4. มีนบุรี
5. สะพานสูง
6. หลักสี่
7. ดอนเมือง
8. หนองแขม
9. บางขุนเทียน
10. สาทร

โดยแจกแบบสอบถามในแต่ละเขต จำนวนเขตละ 40 ชุด รวมทั้งสิ้น 400 ชุด

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยให้มีคุณสมบัติตามคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา คือเป็นผู้ที่ชมรายการเรื่องเป็นต่อ เป็นประจำในระยะเวลา 3 เดือนที่ผ่านมา เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างตามขั้นตอนที่ 1 โดยผู้ศึกษา จะทำการเก็บข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างในแต่ละเขตที่ได้ตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ตลาด ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน มหาวิทยาลัยให้ได้ครบตามจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสารและวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งศึกษาการสร้างแบบสอบถามอย่างละเอียดจากนักวิชาการ ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นประกอบด้วยแบบสอบถามที่เป็นแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) และแบบปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ประกอบด้วยคำถาม 4 ข้อ (ข้อ 1-4) โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการเป็นต่อ ประกอบด้วยคำถาม 5 ข้อ (ข้อ 5-8) โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ส่วนที่ 3 การเปิดรับต่อโฆษณาแฝงในรายการเป็นต่อ ประกอบด้วยคำถาม 2 ข้อ (ข้อ 9-10) โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บตัวอย่าง ด้วยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามกับผู้ชมรายการเป็นต่อ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวม และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลเอกสาร หนังสือ บทความ หนังสือพิมพ์ และวารสาร รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้วย

เกณฑ์การวัดและการให้คะแนนตัวแปร

1. คำถามที่เกี่ยวกับการเปิดรับในประเด็นต่าง ๆ ที่มีต่อโฆษณาแฝงในรายการ “เป็นต่อ” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3

ผู้วิจัยจะประเมินการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโฆษณาแฝงในรายการ “เป็นต่อ” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 โดยใช้คำถามแบบมาตราส่วนให้ผู้ตอบแบบสอบถามให้น้ำหนักตามมาตราส่วน (Rating Scale) 5 ระดับ จากสูงที่สุด ถึงต่ำที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

เปิดรับมากที่สุด	ให้คะแนน 5 คะแนน
เปิดรับมาก	ให้คะแนน 4 คะแนน
เปิดรับปานกลาง	ให้คะแนน 3 คะแนน
เปิดรับน้อย	ให้คะแนน 2 คะแนน
เปิดรับน้อยที่สุด	ให้คะแนน 1 คะแนน

หลังจากนั้นนำคะแนนจากการวัดการเปิดรับที่ได้ มารวบรวมกันเพื่อหาระดับเฉลี่ยของการเปิดรับต่อการโฆษณาแฝงในรายการ “เป็นต่อ” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ในประเด็นต่าง ๆ โดยมีเกณฑ์การกำหนดช่วงคะแนน ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวน ชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ทั้งนี้การนำช่วงคะแนนดังกล่าวไปอธิบายเพื่อจำแนกระดับของการเปิดรับต่อการโฆษณาแฝงในรายการ “เป็นต่อ” ทางสถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 ในประเด็นต่าง ๆ ใช้คะแนนที่ได้จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์กล่าวคือ

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง การเปิดรับมากที่สุดต่อประเด็นนั้น
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง การเปิดรับมากต่อประเด็นนั้น
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง การเปิดรับปานกลางต่อประเด็นนั้น
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง การเปิดรับน้อยต่อประเด็นนั้น
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง การเปิดรับน้อยที่สุดต่อประเด็นนั้น

การทดสอบเครื่องมือ

เพื่อให้เครื่องมือที่สร้างขึ้นมีความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) การทดสอบความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือมีรายละเอียดดังนี้

1. การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม หลังจากนั้นผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านระเบียบวิจัย และคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขและเลือกเอาเฉพาะข้อคำถามที่มีความเที่ยงตรงแล้วไปทดสอบก่อนเก็บข้อมูลจริงเพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว มาทดสอบความเชื่อมั่นโดยการทดลองนำไปใช้ (pre-test) กับประชากรที่ชมรายการเป็นต่อ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการและมีคำถามเหมาะสมหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลต่าง ๆ ครบถ้วนแล้วผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาลงรหัสตามวิธีการวิจัยทางสถิติ และดำเนินการประมวลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows

11.5 (Statistics Package for Social Sciences) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอและสรุปผล การศึกษาครั้งนี้ได้ใช้การคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ ได้ คือการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การแจกแจงความถี่แสดงตารางแบบร้อยละ และค่าเฉลี่ย