

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การนำเสนอสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเฟิร์สโมบาย” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยวิเคราะห์เนื้อหาสาร (Message Analysis) ที่ปรากฏในนิตยสารเฟิร์สโมบาย และการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาความพึงพอใจในเนื้อหาและองค์ประกอบ รวมถึงการใช้ประโยชน์จากนิตยสารเฟิร์สโมบาย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ประชากร

ประชากรสำหรับการศึกษานี้แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือประชากรที่เป็นนิตยสารเฟิร์สโมบาย และประชากรที่เป็นผู้อ่านนิตยสารเฟิร์สโมบาย

1.1 ประชากรที่เป็นนิตยสารเฟิร์สโมบาย เป็นนิตยสารที่มีการตีพิมพ์และจัดจำหน่ายตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ปี พ.ศ. 2545 – เดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2549 จำนวน 52 ฉบับ

1.2 ประชากรที่เป็นผู้อ่านนิตยสารเฟิร์สโมบาย ในรอบการทำวิจัยคือเดือนพฤษภาคม 2549

2. กลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิตยสารเฟิร์สโมบาย

2.1.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

จากประชากรในการวิจัยที่เป็น นิตยสารเฟิร์สโมบายซึ่งตีพิมพ์และจัดจำหน่ายตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ปี พ.ศ. 2545 – เดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2549 รวมทั้งสิ้นจำนวน 52 ฉบับ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจำนวนร้อยละ 10 จากจำนวนประชากร ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 ฉบับ

2.1.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยทำการสุ่มตัวอย่างที่เป็นนิตยสารสำหรับการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยได้เจาะจงนิตยสารฉบับ

ล่าสุดในช่วงเวลาการเก็บข้อมูลวิจัยย้อนหลัง 5 ฉบับ คือฉบับเดือนมกราคม 2549 – พฤษภาคม 2549

หลังจากที่ได้กลุ่มตัวอย่างมาแล้ว จึงนำกลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 ฉบับมาทำการวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาต่อไป

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อ่าน

2.2.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อ่านในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยคำนวณจากตารางประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูป Yamane Taro ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จากยอดพิมพ์ต่อเดือนของนิตยสารเฟิร์สโมบาย โดยกำหนดให้นิตยสาร 1 ฉบับ มีผู้อ่านจำนวน 1 คน ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยรวม 394 คน

2.2.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน ได้คัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota sampling) ออกเป็น 2 กลุ่มในจำนวนเท่าๆ กัน คือกลุ่มละ 197 คน ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกจำนวน 197 คน ใช้การสุ่มแบบมีระบบ (Systematic random sampling) โดยตั้งเงื่อนไขสุ่มตามรหัสสมาชิกคนที่ 1, 3, 5, 7 ... และส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ หลังจากนั้นเมื่อสมาชิกส่งแบบสอบถามกลับคืนมา ถ้ามีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย คัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มากที่สุดขึ้นมาจำนวน 197 ชุด เพื่อใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาต่อไป

2) กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นสมาชิกจำนวน 197 คน ทำการแจกแบบสอบถามบริเวณหน้าร้านหนังสือที่วางจำหน่ายนิตยสารเฟิร์สโมบายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำของกรุงเทพมหานคร โดยจัดทำบัญชีรายชื่อห้างสรรพสินค้าในเขตกรุงเทพมหานคร แล้วใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการเลือกห้างสรรพสินค้าขึ้นมา 5 แห่ง และใช้การสุ่มแบบบังเอิญในการแจกแบบสอบถามแก่ผู้ซื้อนิตยสารเฟิร์สโมบายให้กระจายตามลักษณะทางประชากรในสัดส่วนที่เหมาะสมใกล้เคียงกัน ณ บริเวณร้านหนังสือแห่งละ 40 คน โดยประมาณ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยแบบตารางวิเคราะห์เนื้อหาและแบบสอบถาม

3.1 แบบการวิเคราะห์เนื้อหา

เครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา ได้แก่ ตารางลงรหัสข้อมูล (Coding Sheet) โดยจัดแบ่งประเภทของกลุ่มเนื้อหาเพื่อบันทึกการนำเสนอเนื้อหาและปริมาณของเนื้อหา ดังนี้

3.1.1 หน่วยในการวิเคราะห์เนื้อหา แบ่งเป็น

1) ประเภทของชิ้นงาน (Item) เป็นการกำหนดหน่วยโดยการพิจารณาว่าเนื้อหาแต่ละบทความหรือคอลัมน์สามารถจัดอยู่ในกลุ่มเนื้อหาใด โดยการแบ่งประเภทของกลุ่มเนื้อหาจากการวิเคราะห์โครงสร้างของนิตยสารเฟิร์สโมบายเบื้องต้น จำนวน 2-3 เล่ม ซึ่งใช้เป็นกรอบในการแบ่งเนื้อหาได้ 5 กลุ่ม ประกอบด้วย

(1) กลุ่มสาระความรู้ คือ คอลัมน์หรือบทความที่เกี่ยวข้องกับ ความเคลื่อนไหว ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่

(2) กลุ่มการตลาด คือ คอลัมน์หรือบทความที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของ แวดวงโทรศัพท์เคลื่อนที่ มีการบ่งบอกทิศทาง ลักษณะของตลาด หรือชี้แนะอะไรในวงการ โทรศัพท์เคลื่อนที่ รวมถึงมีการกล่าวอ้างถึงสินค้า บริการในลักษณะโฆษณาสินค้าและบริการแฝง อยู่ในเนื้อหาหรือคอลัมน์

(3) กลุ่มสังคมผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ คือ คอลัมน์หรือบทความที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่

(4) กลุ่มโฆษณา คือ การขายหน้าโฆษณาให้เจ้าของสินค้า โดยกลุ่มเนื้อหาในประเภทนี้จะไม่มีกรวิเคราะห์เนื้อหา แต่จะวัดเพียงปริมาณพื้นที่เท่านั้น

(5) กลุ่มอื่นๆ ได้แก่ หน้าสารบัญ หน้า Editor's Voice สมัครงาน ชักแบบสำรวจความคิดเห็น ประกาศรางวัลผู้โชคดี

2) การกำหนดหน่วยสำหรับการศึกษาปริมาณเนื้อหาเป็นตารางนิ้ว

3.1.2 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือตารางลงรหัส เพื่อใช้วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารเฟิร์สโมบาย โดยใช้วิธีการศึกษาแบบนิรนัย เริ่มจากการศึกษา สำรวจ ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสรุปออกมาเป็นเกณฑ์เพื่อใช้วัด จากนั้นได้นำเกณฑ์วัดดังกล่าวไปให้

ผู้ทรงคุณวุฒิช่วยพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ (Validity) แล้วจึงนำไปปรับปรุง ภายหลังจากปรับปรุงจึงนำเครื่องมือมาทดสอบ (Pre-test) อีกครั้งหนึ่ง

2) นำแบบสอบถามที่ได้จัดทำขึ้นนั้นได้นำไปทดสอบก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง (Pre-Test) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและดูความเหมาะสม รวมไปถึงความชัดเจนของคำถาม โดยผู้วิจัยทำการลงรหัสจำแนกประเภทของเนื้อหา เพื่อทดสอบหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ก่อนเริ่มดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยคำนวณหาความน่าเชื่อถือโดยใช้สูตรของ Holsti¹ ดังนี้

$$R = \frac{N(C1.2.3)}{C1+C2+C3}$$

$$C1.2.3$$

$$= \text{จำนวนการลงรหัสที่ผู้ลงรหัสเห็นสอดคล้องกัน}$$

$$C1+C2+C3 = \text{จำนวนการลงรหัสทั้งหมดที่ผู้ลงรหัสได้ลงไว้}$$

$$N = \text{จำนวนผู้ลงรหัส}$$

ค่าที่คำนวณได้จากสูตรนี้ต้องไม่ต่ำกว่า 0.75 จึงจะถือว่ามีความน่าเชื่อถือ

ในการศึกษครั้งนี้ผู้วิจัยและผู้ร่วมลงรหัสได้สุ่มตัวอย่างนิยายสารเฟิร์สโมบายซึ่งตีพิมพ์และจัดจำหน่ายตั้งแต่เดือนมกราคม ปี 2549 จนถึงเดือนพฤษภาคม 2549 ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายโดยสุ่มมาจำนวน 3 ตัวอย่าง แล้วนำมาลงรหัสในตารางลงรหัส ซึ่งผลการลงรหัสปรากฏดังนี้

$$R = \frac{N(C1.2.3)}{C1+C2+C3}$$

$$C1.2.3$$

$$= 24$$

$$C1+C2+C3 = 28+28+28$$

$$N = 3$$

$$R = \frac{3(24)}{84}$$

$$= 0.86$$

ค่าที่ได้เท่ากับ 0.86 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.75 ตามสูตรที่กำหนดเบื้องต้น จึงถือว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเชื่อถือได้

¹ Ole R Holsti, Content Analysis for Social Sciences and Humanities (Mass: Addison-Westley Publishing, 1969), pp.143

3.2 เครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงสำรวจ

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) 1 ชุดเป็นเครื่องมือ ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question)

โครงสร้างของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และพฤติกรรมการซื้อ โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 การเปิดรับนิตยสารเฟิร์สโมบาย ลักษณะการอ่าน ระยะเวลาในการอ่าน นิตยสารเฟิร์สโมบายต่อครั้ง โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อนิตยสารเฟิร์สโมบาย ว่าเนื้อหาประเภทใดที่ผู้อ่านชอบ และประเภทใดที่ไม่ชอบ รวมทั้งองค์ประกอบ ได้แก่ ภาพ สี ตัวอักษร ขนาดรูปเล่มและความหนาของนิตยสารเฟิร์สโมบายว่าเป็นที่พึงพอใจของผู้อ่านหรือไม่ โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert โดยแบ่งระดับความพึงพอใจให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบตามความต้องการออกเป็น 5 ระดับ คือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย ไม่พอใจ และให้ผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับความพึงพอใจโดยเติมหมายเลขหน้าเนื้อหาที่พึงพอใจตามลำดับ

ตอนที่ 4 การใช้ประโยชน์ของผู้อ่าน คือ ด้านข้อมูลข่าวสาร เพื่อติดตามข่าวสารในวงการโทรศัพท์เคลื่อนที่เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง ใช้เป็นข้อแนะนำในการปฏิบัติ ใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจ, ด้านความบันเทิง เพื่อผ่อนคลาย เพื่อความเพลิดเพลิน และด้านความสัมพันธ์กับสังคม ใช้เป็นหัวข้อสำหรับพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบโดยใช้มาตรา-ส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert โดยแบ่งระดับความพึงพอใจให้กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบตามความต้องการออกเป็น 5 ระดับ คือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย และพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการประเมินค่า

จากมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert ที่แบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนเป็น 1-5 ดังนี้

น้อยที่สุด	คิดเป็น 1 คะแนน
น้อย	คิดเป็น 2 คะแนน
ปานกลาง	คิดเป็น 3 คะแนน
มาก	คิดเป็น 4 คะแนน

มากที่สุด คิดเป็น 5 คะแนน

จากนั้นนำคะแนนรวมมาคำนวณค่าเฉลี่ย เพื่อหาระดับความพึงพอใจที่มีต่อนิตยสารเฟิร์สโมบาย มีเกณฑ์ดังนี้

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

เกณฑ์การใช้แปลผลคะแนน

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับ “น้อยที่สุด”
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับ “น้อย”
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับ “ปานกลาง”
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มาก”
ค่าเฉลี่ย 4.20 - 5.00	หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มากที่สุด”

ตอนที่ 5 คำถามปลายเปิด เสนอข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเนื้อหา รูปเล่มและองค์ประกอบในนิตยสาร ผู้วิจัยนำมาเป็นข้อมูลประกอบการวิเคราะห์และอภิปรายผล

1) การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องตรงตามเนื้อหา (Content validity) ความเหมาะสมในการใช้ภาษา และความชัดเจน ของคำถาม หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 30 ชุด และนำผลการทดสอบไปคำนวณเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามหรือเครื่องมือ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา ของ Cronbach (Cronbach's Coefficient Alpha) เพื่อปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ที่สุดในการนำไปใช้สำรวจจริงต่อไป โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$d = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ	d	คือ ค่าความเชื่อถือได้
	k	คือ จำนวนข้อ
	V_i	คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	คือความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหาของ
นิตยสารเฟิร์ส โมบายมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.9395 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามในส่วนของความพึง
พอใจมีความน่าเชื่อถือในระดับ 93.95%

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นในส่วนของการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของ
นิตยสารเฟิร์ส โมบายมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.8346 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามในส่วนของการใช้
ประโยชน์จากเนื้อหาของนิตยสารมีความน่าเชื่อถือในระดับ 83.46%

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์เนื้อหา

เก็บรวบรวมข้อมูลจากนิตยสารเฟิร์ส โมบายทั้ง 5 ฉบับแล้วใช้การลงรหัสในตาราง
ลงรหัส (Coding Sheet) ที่สร้างขึ้น โดยจัดแบ่งประเภทของกลุ่มเนื้อหาเพื่อบันทึกรูปแบบการ
นำเสนอเนื้อหาและปริมาณของเนื้อหา

4.2 การวิจัยเชิงสำรวจ

4.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิก ทำการส่งและรับกลับคืนทางไปรษณีย์ หลังจาก
นั้นผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามจำนวน 197 ชุด สำหรับการวิเคราะห์
ข้อมูลต่อไป

4.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นสมาชิก ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยแจกแบบสอบถามและรับ
คืน ณ บริเวณร้านหนังสือในห้างสรรพสินค้า 5 แห่ง แห่งละประมาณ 40 ชุด รวม 197 ชุด ในช่วง
ต้นเดือนพฤษภาคม ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นิตยสารเฟิร์ส โมบายวางแผง โดยใช้เวลาแห่งละ 4-5 วัน นับ
จากวันที่หนังสือวางแผง

ก่อนแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยได้ถามกลุ่มเป้าหมายก่อนว่าเคยอ่านนิยายสารเฟิร์สโมบายหรือไม่ หลังจากนั้นจึงทำการแจกแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่รู้จักหรือเคยอ่านเท่านั้น และเปิดนิยายสารเฟิร์สโมบายให้ดูในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามสงสัยหรือจำเนื้อหาไม่ได้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหา

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอธิบายปริมาณเนื้อหาที่ใช้สถิติร้อยละ และค่าเฉลี่ย

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสำรวจ

ผู้วิจัยได้นำสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังนี้

5.2.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับนิยายสาร ความพึงพอใจต่อเนื้อหา รูปเล่มและองค์ประกอบ และการใช้ประโยชน์จากนิยายสารเฟิร์สโมบาย จะใช้ การแจกแจงความถี่ จำนวนค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.2.2 สถิติเชิงอนุมาน (Prescriptive Statistics) ใช้ T-Test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร