

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการคนค้นคน” ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้การวัดผลเพียงครั้งเดียว (One-shot case study) ในการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับชม ความพึงพอใจ รวมทั้งทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการคนค้นคน ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยตามหัวข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ชมรายการคนค้นคน ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ชมรายการคนค้นคน จำนวน 2,000,000 คน จากการเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีแบบ Focus Groups ของบริษัททีวีบูรพา ในปลายปี พ.ศ. 2547¹ ซึ่งการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดโดยคำนวณจากสูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ เทโร ยามาเน่ (Taro Yamane)² ดังนี้

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

โดยที่
n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

¹บริษัททีวีบูรพา จำกัด, “การสำรวจผู้ชมรายการคนค้นคนในเขตกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2547,” เอกสารประกอบการสำรวจโดยใช้วิธีแบบ Focus Groups, 2547, (อัดสำเนา)

²Taro Yamane, Statistics : an introductory analysis (New York: Harper & Row, 1973), p. 717.

N = จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 2,000,000 คน

e = ค่าความคลาดเคลื่อนระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวอย่างและค่าเฉลี่ยของประชากร = 0.05
แทนค่าดังนี้

$$n = \frac{2,000,000}{1 + 2,000,000 (0.05)^2}$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จะเท่ากับ 399.999 คน

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงใช้จำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) โดยงานวิจัยครั้งนี้จะทำการแบ่งเขตพื้นที่ของสำนักพัฒนาชุมชน กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ เขตของกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 50 เขต โดยแบ่งเป็นเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร เป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มรัตนโกสินทร์ กลุ่มบูรพา กลุ่มศรีนครินทร์ กลุ่มเจ้าพระยา กลุ่มกรุงธนเหนือ และกลุ่มกรุงธนใต้³ จำนวนเขตดังกล่าวจะใช้วิธีจับสลากเพื่อคัดเลือกตัวแทนมากลุ่มละ 1 เขต ดังนี้

กลุ่มรัตนโกสินทร์ มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตบางซื่อ เขตดุสิต เขตพญาไท เขตราชเทวี เขตปทุมวัน เขตพระนคร เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตบางรัก

กลุ่มบูรพา มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตหลักสี่ เขตสายไหม เขตบางเขน เขตจตุจักร เขตลาดพร้าว เขตบึงกุ่ม เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง

กลุ่มศรีนครินทร์ มีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ เขตสะพานสูง เขตมีนบุรี เขตคลองสามวา เขตหนองจอก เขตลาดกระบัง เขตประเวศ เขตสวนหลวง เขตคันนายาว

³สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่เก้า พ.ศ. 2545-2549 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภา, 2544).

กลุ่มเจ้าพระยา มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ เขตดินแดง เขตห้วยขวาง เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตบางนา เขตพระโขนง เขตสาทร เขตบางคอแหลม เขตยานนาวา

กลุ่มกรุงธนเหนือ มีทั้งหมด 7 เขต ได้แก่ เขตบางพลัด เขตตลิ่งชัน เขตบางกอกน้อย เขตบางกอกใหญ่ เขตภาษีเจริญ เขตหนองแขม เขตทวีวัฒนา

กลุ่มกรุงธนใต้ มีทั้งหมด 8 เขต ได้แก่ เขตบางขุนเทียน เขตบางบอน เขตจอมทอง เขตราชบุรีบูรณะ เขตทุ่งครุ เขตธนบุรี เขตคลองสาน เขตบางแค

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเพื่อคัดเลือกตัวแทนกลุ่ม กลุ่มละ 1 เขต ผลการจับสลากได้ตัวแทนกลุ่ม ดังต่อไปนี้

กลุ่มรัตนโกสินทร์ ได้แก่ เขตปทุมวัน
 กลุ่มบูรพา ได้แก่ เขตจตุจักร
 กลุ่มศรีนครินทร์ ได้แก่ เขตสวนหลวง
 กลุ่มเจ้าพระยา ได้แก่ เขตบางนา
 กลุ่มกรุงธนเหนือ ได้แก่ เขตบางพลัด
 กลุ่มกรุงธนใต้ ได้แก่ เขตบางแค

ตารางที่ 3.1

แสดงจำนวนประชากรจำแนกตามเขตที่จับฉลากและจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

เขต	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง
1. เขตปทุมวัน	97,533 คน	66
2. เขตจตุจักร	176,501 คน	67
3. เขตสวนหลวง	116,961 คน	67
4. เขตบางนา	102,777 คน	66
5. เขตบางพลัด	116,271 คน	67
6. เขตบางแค	183,809 คน	67
รวม	793,852 คน	400

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลตามเขตที่กำหนดทั้ง 6 เขต ในบริเวณแหล่งชุมชน เช่น สถานที่ราชการ สถานที่ทำงาน สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า วัด ตลาดสด บ้าน เป็นต้น เนื่องจากสถานที่ดังกล่าวประกอบด้วยบุคคลหลากหลายสถานภาพ และอาชีพ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรจากสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มผู้รับชมรายการคนค้นคน ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้

ตัวแปรตาม: พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคนค้นคน

สมมติฐานข้อที่ 2 กลุ่มผู้รับชม ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน ที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้

ตัวแปรตาม: จะมีความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน

สมมติฐานข้อที่ 3 กลุ่มผู้รับชม ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อรายการคนค้นคน ที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้

ตัวแปรตาม: ทัศนคติต่อรายการคนค้นคน

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับรายการคนค้นคน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการคนค้นคน

ตัวแปรอิสระ: พฤติกรรมการเปิดรับรายการคนค้นคน

ตัวแปรตาม: ทัศนคติต่อรายการคนค้นคน

สมมติฐานข้อที่ 5 ความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติต่อรายการคนค้นคน

ตัวแปรอิสระ จะมีความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน

ตัวแปรตาม ทักษะคิดต่อรายการคนค้นคน

การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ

การวัดค่าตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้วิจัยจะแบ่งข้อมูลออกเป็นกลุ่มๆ ในตัวแปรที่ประกอบเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ ดังต่อไปนี้

1. เพศของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
 - 1.1 เพศชาย
 - 1.2 เพศหญิง
2. อายุของกลุ่มตัวอย่าง
3. อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่
 - 3.1 นักเรียน/นักศึกษา
 - 3.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 3.3 พนักงานบริษัทเอกชน/ห้างร้าน/ธนาคาร
 - 3.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
 - 3.5 รับจ้าง/งานบริการ
 - 3.6 แม่บ้าน
 - 3.7 อื่นๆ
4. ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่
 - 4.1 ต่ำกว่าประถมศึกษา
 - 4.2 ประถมศึกษา
 - 4.3 มัธยมศึกษา
 - 4.4 อาชีวศึกษา/อนุปริญญา (ปวช. / ปวส.)
 - 4.5 ปริญญาตรี
 - 4.6 สูงกว่าปริญญาตรี
5. รายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

การวัดพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการคนค้นคน

1. ผู้วิจัยจะวัดความถี่ในการเปิดรับชมรายการ
2. ผู้วิจัยจะวัดระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ

นอกจากการวัดความถี่ในการเปิดรับชมรายการ และระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ แล้ว ผู้วิจัยได้สอบถามถึงพฤติกรรมอื่นๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบด้วย ซึ่งในส่วนนี้จะไม่นำมาคิดเป็นคะแนนพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ แต่จะนำเสนอข้อมูลในรูปแบบความถี่และร้อยละแทน ซึ่งข้อต่างๆ มีดังต่อไปนี้

1. จำนวนวันในการดูโทรทัศน์ในแต่ละสัปดาห์ของผู้ชม
 - 1.1 ทุกวัน
 - 1.2 5-6 วัน
 - 1.3 3-4 วัน
 - 1.4 1-2 วัน
2. การดูโทรทัศน์โดยเฉลี่ยในแต่ละวันของผู้ชม
 - 2.1 มากกว่า 5 ชั่วโมง
 - 2.2 3-4 ชั่วโมง
 - 2.3 1-2 ชั่วโมง
 - 2.4 น้อยกว่า 1 ชั่วโมง
3. ช่วงเวลาที่ผู้ชมเปิดรับชมโทรทัศน์
 - 3.1 05.30 – 12.00 น.
 - 3.2 12.01 – 18.00 น.
 - 3.3 18.01 – 22.00 น.
 - 3.4 หลัง 22.00 น.
4. ลักษณะของการเปิดรับชมรายการคนค้นคน
 - 4.1 ตั้งใจชมตลอดรายการ
 - 4.2 ตั้งใจชม แต่เปลี่ยนช่องเมื่อโฆษณา
 - 4.3 ชมเรื่อยๆ ตั้งใจบ้างในบางครั้ง
 - 4.4 เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน

5. การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของรายการ
 - 5.1 เคย
 - 5.2 ไม่เคย
6. ถ้าเคย ใช้วิธีใดในการมีส่วนร่วมกิจกรรมของรายการ
 - 6.1 โทรศัพท์เข้าไปติดต่อรายการ
 - 6.2 เขียนจดหมาย
 - 6.3 จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail)
 - 6.4 อื่นๆ
7. ผู้ชมรู้จักรายการคนคุ้นคน จากแหล่งใด
 - 7.1 การประชาสัมพันธ์จากรายการโทรทัศน์ในเครือของบริษัท เจ เอส แอล จำกัด (มหาชน)
 - 7.2 หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
 - 7.3 คำบอกเล่าของผู้อื่น
 - 7.4 การเปิดรับชมโดยบังเอิญ
 - 7.5 ทางอินเทอร์เน็ต
 - 7.6 อื่นๆ

การวัดความพึงพอใจ ที่มีต่อรายการคนคุ้นคน

ผู้วิจัยจะให้กลุ่มตัวอย่างเลือกแสดงความคิดเห็น โดยมีทางเลือกให้ตอบ 5 อย่าง คือ

มากที่สุด	ได้	5	คะแนน
มาก	ได้	4	คะแนน
ปานกลาง	ได้	3	คะแนน
น้อย	ได้	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ได้	1	คะแนน

ผู้วิจัยได้นำค่าเฉลี่ยเพื่อมาใช้บรรยายลักษณะของตัวแปรความพึงพอใจ ที่มีต่อรายการคนค้นคน โดยจัดเกณฑ์ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจไว้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	ถือว่ามีความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	ถือว่ามีความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	ถือว่ามีความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	ถือว่ามีความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	ถือว่ามีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การวัดทัศนคติต่อรายการคนค้นคน

การวัดทัศนคติต่อรายการคนค้นคน ผู้วิจัยจะวัดทัศนคติโดยทั่วไปต่อรายการคนค้นคน โดยวัดเป็นระดับการแสดงความคิดเห็นออกมาเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน
เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ให้	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

ผู้วิจัยได้นำค่าเฉลี่ยเพื่อมาใช้บรรยายลักษณะของตัวแปรดังกล่าว ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	ถือว่าไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	ถือว่าไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	ถือว่าไม่แน่ใจ
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	ถือว่าเห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	ถือว่าเห็นด้วยอย่างยิ่ง

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมีทั้งชนิดคำถามปลายปิด (Close-ended Question) คำถามปลายเปิด (Open-ended Question) และคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดเลือกรวมตัวอย่าง (Screening Question) มีจำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ มีจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์โดยทั่ว ๆ ไป มีจำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคนค้นคน ประกอบด้วย ความถี่ในการเปิดรับชมรายการ และระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ รวมทั้งคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมอื่นๆ ซึ่งเป็นข้อมูลประกอบ มีจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน อย่างไรก็ตาม มีจำนวน 21 ข้อ

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติ ของผู้ชมที่มีต่อรายการคนค้นคน ว่าอยู่ในระดับใด ชอบหรือไม่ชอบ มีจำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 7 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ความพึงพอใจ และทัศนคติ ต่อการเปิดรับชมของกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานต่างๆ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับระดับการวัดของตัวแปรต่างๆ ดังนี้คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มผู้รับชมรายการคนค้นคน ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 1.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคนค้นคน แตกต่างกัน

ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test for Independent Samples)

สมมติฐานย่อย 1.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคนค้นคน แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานย่อย 1.3 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคนค้นคน แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่จะทำการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparisons) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานย่อย 1.4 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคนค้นคน แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่จะทำการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparisons) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานย่อย 1.5 ผู้ชมที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคนค้นคน แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานข้อที่ 2 กลุ่มผู้รับชม ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 2.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน ที่แตกต่างกัน

ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test for Independent Samples)

สมมติฐานย่อย 2.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน ที่แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานย่อย 2.3 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน ที่แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่จะทำการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparisons) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานย่อย 2.4 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน ที่แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparisons) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานย่อย 2.5 ผู้ชมที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน ที่แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานข้อที่ 3 กลุ่มผู้รับชม ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อรายการคนค้นคน ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อย 3.1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อรายการคนค้นคน แตกต่างกัน

ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากรกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-test for Independent Samples)

สมมติฐานย่อย 3.2 ผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อรายการคนค้นคน แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานย่อย 3.3 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อรายการคนค้นคน แตกต่างก็ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานย่อย 3.4 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อรายการคนค้นคน แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ซึ่งถ้าพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) วิธีผลต่างนัยสำคัญ (Least Significant Difference: LSD)

สมมติฐานย่อย 3.5 ผู้ชมที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อรายการคนค้นคน แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับรายการคนค้นคน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการคนค้นคน

ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานข้อที่ 5 ความพึงพอใจต่อรายการคนค้นคน มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติต่อรายการคนค้นคน

ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง ดังต่อไปนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการวิทยานิพนธ์ ในการเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขแล้ว จึงได้นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบหาความเที่ยงตรงเรียบร้อยแล้วไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ไปทดสอบก่อน (Pre-test) กับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีได้อาศัยอยู่ในเขตการปกครองที่ได้สุ่มเลือกไว้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ต่อมานำมาหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีแบบสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{(n-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum V_i^2}{V_t} \right\}$$

โดยที่

- | | |
|-------|--|
| n | คือ จำนวนข้อคำถาม |
| V_i | คือ ความแปรปรวนของคะแนนของคำถามแต่ละข้อที่ i |
| V_t | คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมของผู้ตอบแต่ละคน |

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเฉพาะส่วนที่สามารถนำมาตีค่าเป็นคะแนนได้เท่านั้น หลังจากได้ทำการทดสอบเบื้องต้นโดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดให้กับกลุ่มตัวอย่าง แล้วนำกลับมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อถือด้วยโปรแกรม SPSS ได้ค่าสัมประสิทธิ์ alpha ดังนี้

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นคำถามในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อรายการคนค้นคน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ Alpha = 0.893

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นคำถามในส่วนของทัศนคติที่มีต่อรายการคนค้นคน ได้ค่าสัมประสิทธิ์ Alpha = 0.873

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และโดยอาศัยผู้ช่วย โดยวิธีการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง กรอกคำตอบเอง (Self-Administered) ในช่วงระหว่างวันที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2546 ถึง วันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2546 จากนั้นจะนำแบบสอบถามที่รับมาตรวจความสมบูรณ์ และนำข้อมูลที่ได้มาดำเนินการดังนี้

- ลงรหัส (Coding) ในแบบสอบถาม
- คัดลอกรหัสที่ลงรหัสไว้เรียบร้อยแล้วในแบบฟอร์มการลงรหัส เพื่อบันทึกลงบนแผ่นบันทึกข้อมูล
- นำข้อมูลที่บันทึกไว้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window Version 14
- นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ (Print- Out) มาแปลความหมายแล้วบันทึกข้อมูล