

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่องการรับรู้และทัศนคติของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การรับรู้ของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง 2) ทัศนคติของชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง โดยมีระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

การศึกษาในครั้งนี้ประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนละแวกใกล้เคียงของการไฟฟ้าผลิตแห่งประเทศไทยในเขตบางพลัด 92,533 คน (สถิติด้านการทะเบียนสำนักงานเขตบางพลัด, 2560)

1.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ตามสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตบางพลัด และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05 โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

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

โดย

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

$e =$ ค่าความคลาดเคลื่อน

แทนค่าตามสูตรได้ผลดังนี้

$$n = \frac{92,533}{1 + 92,533 (0.05)^2}$$

$$= 399.99$$

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ 400 ตัวอย่าง

1.3 การเลือกตัวอย่าง

ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวกอย่างเป็นสัดส่วน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้
ประชากรในเขตบางพลัด ประกอบด้วย 4 แขวง คือ 1. แขวงบางพลัด 2. แขวงบางอ้อ
3. แขวงบางบำหรุ และ 4. แขวงบางยี่ขัน

เพื่อให้มีการกระจายของตัวอย่างในทุกแขวงอย่างสม่ำเสมอ จึงแบ่งจำนวนตัวอย่าง ตาม
สัดส่วนจำนวนในแต่ละแขวงโดยมีรายละเอียดดังนี้

สัดส่วนจากแขวงบางพลัด $(23,815/92,533) \times 400 = 102.94$ ดังนั้น เลือกตัวอย่าง จาก
กลุ่มนี้จำนวน 103 คน

สัดส่วนจากแขวงบางอ้อ $(24,914/92,533) \times 400 = 107.69$ ดังนั้น เลือกตัวอย่าง จาก
กลุ่มนี้จำนวน 108 คน

สัดส่วนจากแขวงบางบำหรุ $(18,782/92,533) \times 400 = 81.19$ ดังนั้น เลือกตัวอย่าง จาก
กลุ่มนี้จำนวน 81 คน

สัดส่วนจากแขวงบางยี่ขัน $(25,022/92,533) \times 400 = 108.16$ ดังนั้น เลือกตัวอย่าง จาก
กลุ่มนี้จำนวน 108 คน

การเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก แจกแบบสอบถามตามสะดวกในแหล่งชุมชน ได้แก่
ห้างสรรพสินค้า ป้ายรถเมล์ และตลาดนัด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

2.1 แบบสอบถาม

แบบสอบถาม (questionnaire) ที่ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์กรอกด้วยตนเอง (self-Administered) เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (close-ended questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 2 ระดับ ดังนี้

การรับรู้	คะแนน
รับรู้	2
ไม่รับรู้	1

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating Scale แบบ Likert โดยให้คะแนนเป็น 5 ระดับ

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
เห็นด้วย	มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
เฉย ๆ	มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยในแบบสอบถามมีหลักเกณฑ์ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง มีความเห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

ในส่วนนี้มีคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของโฆษณาในแต่ละชุดที่เป็นคำถามปลายเปิด (open-ended questionnaire) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ

2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามตามกรอบแนวคิดของการวิจัยนี้เป็นการสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และ การรวบรวมคัดแปลงจากแนวตัวอย่างคำถามจากงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้จะนำไปตรวจสอบหาความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ดังนี้

2.2.1 การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity)

โดยนำแบบสอบถามจะใช้การตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผศ.ดร.ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร ผศ.ดร.สันทัด ทองรินทร์ และผศ.ดร.อัคราวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา โดยให้ตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา (Content) ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ความครอบคลุม ปัญหาที่วิจัย และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขต่อไป

2.2.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขหลังจากปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ผลปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.934 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้ต่อไป

2.3 ภาพยนตร์โฆษณาที่ใช้ในแบบสอบถาม

ส่วนนี้ได้กำหนดภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง โดยประกอบด้วยเค้าโครงเรื่องย่อ พร้อมภาพประกอบของภาพยนตร์โฆษณา ประกอบในแบบสอบถาม

แนวคิดของภาพยนตร์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง คือ การนำเสนอวิถีชีวิตของมนุษย์ที่มีลักษณะ 2 ด้าน เพื่อแสดงให้เห็นความแตกต่างวิถีชีวิตของมนุษย์ แต่ทุกคนล้วนมีความจำเป็นต้องใช้พลังงานงานไฟฟ้าเช่นเดียวกัน

เรื่องราวในภาพยนตร์โฆษณาได้เปรียบเทียบความแตกต่าง 2 ด้าน ได้แก่ สิ่งที่ชอบกับสิ่งที่ไม่ชอบ ความสุขกับการบรรเทาทุกข์ ชีวิตกลางวันและชีวิตกลางคืน วิธีการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมกับวิถีใหม่ และด้านการพัฒนากับการอนุรักษ์ โดยแต่ละเรื่องราวแสดงให้เห็นถึงการใช้พลัง

ไฟฟ้าในชีวิตประจำวันของมนุษย์ และภารกิจด้านกิจการไฟฟ้าที่ปฏิบัติหน้าที่อย่างมุ่งมั่น แสดงถึงความตั้งใจในการจัดส่งพลังงานไฟฟ้าให้ประชาชน

บทสรุปของภาพยนตร์โฆษณา คือ ทุกรูปแบบวิถีชีวิตของมนุษย์ย่อมมีความจำเป็นต้องใช้พลังงานไฟฟ้า การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยได้ดำเนินการกิจโดยคำนึงทั้งด้านการพัฒนาและด้านการอนุรักษ์ควบคู่กันไป เพื่อความสว่างไสวของทุกชีวิต

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) จำนวน 400 ชุด เก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลา 1 เดือนตั้งแต่ 1 ตุลาคม ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2560 ในบริเวณพื้นที่ที่มีคนสัญจรไปมาจำนวนมาก ได้แก่ ตลาดนัดและห้างสรรพสินค้า โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง (self-administered questionnaire) ก่อนตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจะได้ชมภาพยนตร์โฆษณาของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง แล้วจึงตอบแบบสอบถามแบบออนไลน์ผ่านแท็บเล็ต จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับแล้ว จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงจำนวน (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (sd) เพื่อใช้ในการอธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยเฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ด้านการรับรู้และทัศนคติที่มีภาพยนต์โฆษณาชุด เพราะชีวิตมี "สองด้าน" ให้คิดถึง ของ กฟผ.

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานต่าง ๆ เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการวิจัยครั้งนี้ โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สมมติฐานที่ 1 และ 2 ใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (t-Test) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่ม 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-

Test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) ในกรณีการเปรียบเทียบของกลุ่มตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของ LSD (Least Significant Difference)

