

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาการเปิดรับสื่อและทัศนคติต่อการโฆษณาและการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ มีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีดำเนินการศึกษาดังนี้

รูปแบบการศึกษา

การศึกษาเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนา (Descriptive Study) เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อและทัศนคติต่อการโฆษณาและการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตอำเภอเวียงป่าเป้า โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงรายที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีถึง 60 ปีบริบูรณ์ จำนวนทั้งสิ้น 68,199 คน (สำนักทะเบียนราษฎร อำเภอเวียงป่าเป้า, 2550)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คนตามสูตรของ ทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังต่อไปนี้

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

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

d = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้ในงานวิจัยในครั้งนี้ กำหนด $d = 0.05$

แทนค่า

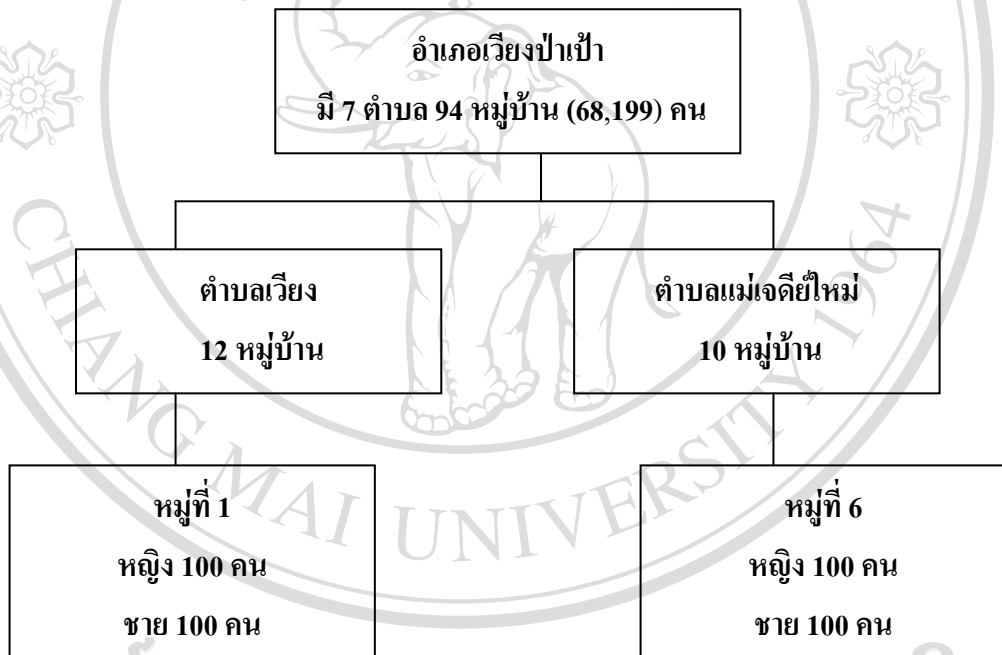
$$n = \frac{68,199}{1 + 68,199(0.05)^2} = \frac{68,199}{171.49} = 397$$

ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้น (Multiple - stage sampling) โดยมีวิธีในการเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

ระดับตำบล สุ่มกลุ่มตัวอย่างมา 2 ตำบล ด้วยวิธีการจับฉลาก ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างตำบลเวียง และตำบลแม่เจดีย์ใหม่

ระดับหมู่บ้าน สุ่มกลุ่มตัวอย่างหมู่บ้านจากตำบลเวียงและตำบลแม่เจดีย์ใหม่โดยกำหนดสัดส่วน ตำบลเวียง 1 หมู่บ้าน และตำบลแม่เจดีย์ใหม่อีก 1 หมู่บ้านด้วยวิธีการจับฉลาก ได้แก่ กลุ่มตัวอย่าง หมู่ที่ 1 ตำบลเวียง และ หมู่ที่ 6 ตำบลแม่เจดีย์ใหม่ จากนั้นกำหนดสัดส่วนประชากรกลุ่มตัวอย่าง ในหมู่บ้านที่ต้องการศึกษา โดยให้กลุ่มตัวอย่างหมู่บ้านละ 200 คน แบ่งเป็นเพศชาย 100 คนและเพศหญิง 100 คน รวม 400 คน (ดังแสดงในแผนภาพที่ 3)



เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นแบบสอบถาม สร้างมาจากศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแบบสอบถาม โดยลักษณะคำถามปลายเปิด โครงสร้างของแบบสอบถามประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีข้อความทั้งหมด 5 ข้อ (คำถามปลายเปิด)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการดูโทรทัศน์ มีข้อความทั้งหมด 26 ข้อ (คำถามปลายเปิด)

ส่วนที่ 3 การเปิดรับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างมีข้อความทั้งหมด 12 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.1 การเปิดรับสื่อโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ มีข้อความทั้งหมด 6 ข้อ (คำถามปลายเปิด)

3.2 การเปิดรับสื่อรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ มีข้อความทั้งหมด 6 ข้อ (คำถามปลายเปิด)

ส่วนที่ 4 ทักษะคิดที่มีต่อการโฆษณาของกลุ่มตัวอย่าง มีข้อความทั้งหมด 15 ข้อ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

4.1 ทักษะคิดต่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ มีข้อความทั้งหมด 7 ข้อ (คำถามปลายเปิด)

4.2 ทักษะคิดต่อการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ มีข้อความทั้งหมด 8 ข้อ (คำถามปลายเปิด)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

นำแบบสอบถามไปทดสอบความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นของเครื่องมือดังนี้

1. นำเครื่องมือการวิจัยไปหาความเที่ยงตรง (validity) โดยนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา การค้นคว้าอิสระตรวจ เพื่อพิจารณาโครงสร้างแบบสอบถาม ความตรงของเนื้อหา และภาษาที่ใช้ (content validity) เพื่อขอแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม และนำเครื่องมือการวิจัยเสนอให้ผู้ทรงตรวจสอบอีกครั้ง ทั้งนี้เพื่อให้แบบสอบถามสามารถตอบวัตถุประสงค์ได้อย่างแท้จริง

2. นำเครื่องมือปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยการทดลองใช้ (try-out) กับประชากรที่มีคุณลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของครอนบาช (cronbach) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{N^2} \right)$$

α = ความเชื่อถือได้ของมัลติรวัค

K = จำนวนข้อคำถาม

$\sum S_i^2$ = ความแปรปรวนของคะแนนในคำถามที่ i

S_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่น 2 ส่วนคือข้อคำถามในส่วนของการวัดทัศนคติได้ ดังต่อไปนี้

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นทัศนคติต่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ = 0.75

ผลการทดสอบความเชื่อมั่นทัศนคติต่อการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

ทางโทรทัศน์ = 0.76

การวิจัยครั้งนี้ ใช้เกณฑ์การวัดระดับทัศนคติที่มีต่อการ โฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้

- | | | |
|---------------------------|-----|---------|
| 1. “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” | ให้ | 1 คะแนน |
| 2. “ไม่เห็นด้วย” | ให้ | 2 คะแนน |
| 3. “ไม่แน่ใจ” | ให้ | 3 คะแนน |
| 4. “เห็นด้วย” | ให้ | 4 คะแนน |
| 5. “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” | ให้ | 5 คะแนน |

สำหรับเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยแต่ละคะแนน ใช้สูตรของ Best : 1981 ดังนี้ :

$$= \frac{M-N}{N} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนตัวเลือก}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ค่าคะแนนในช่วง 1.00-1.80 คะแนน หมายถึง “เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด”

ค่าคะแนนในช่วง 1.81-2.60 คะแนน หมายถึง “เห็นด้วยในระดับน้อย”

ค่าคะแนนในช่วง 2.61-3.40 คะแนน หมายถึง “เห็นด้วยในระดับปานกลาง”

ค่าคะแนนในช่วง 3.41-4.20 คะแนน หมายถึง “เห็นด้วยในระดับมาก”

ค่าคะแนนในช่วง 4.21-5.00 คะแนน หมายถึง “เห็นด้วยในระดับมากที่สุด”

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ทำหนังสือจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ถึงผู้ใหญ่บ้านที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความอนุเคราะห์ แจงประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงกำหนดวัน เวลา และสถานที่ในการเก็บข้อมูล
2. เขียนคำชี้แจงหน้าแบบสอบถาม เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาและวิธีการเก็บข้อมูล และวิธีการตอบแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างได้รับทราบ
3. ผู้ศึกษาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่ม ตัวอย่างตามที่ผู้ศึกษากำหนดไว้ ซึ่งผู้ศึกษาจะเป็นผู้สัมภาษณ์เองโดยผู้ศึกษาจะเข้าไปในหมู่บ้านที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถามและสัมภาษณ์
4. นำข้อมูลไปตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม บันทึกผลของข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS = Statistical Package for the Social Sciences)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (โปรแกรม SPSS)

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ในการอธิบาย ข้อมูลลักษณะประชากรและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง และพฤติกรรมการคูโทรศัพท์ของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง และทัศนคติที่มีต่อการโฆษณาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และการรณรงค์การเลิกดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ทางโทรศัพท์ ได้แก่ ความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)