

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในบทนี้กล่าวถึงการดำเนินการศึกษา อันประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขต ประชากร วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษานี้ประกอบด้วยการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของ เจนเนอร์ชั่นเอ็กซ์ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาตามองค์ประกอบด้านประชากรศาสตร์ จำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม คือ เพศ การศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และประเภทของสื่อที่ ศึกษาได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ และอินเทอร์เน็ต เวลาในการเปิดรับ ข่าวสาร เหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อ โดยวัดจากเวลาที่ใช้สื่อและความถี่ของการใช้สื่อแยกตาม ประเภทของเนื้อหารายการ แหล่งที่เปิดรับ และชื่อรายการที่แตกต่างกัน

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ประชากรที่มีอายุระหว่าง 34 – 39 ปี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 8,300 รายคิดเป็น 10.1% ของประชากรทั้งหมดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (กรมการปกครอง, 2548)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษานี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจากการเปิดตารางจำนวน 384 ราย คำนวณ ขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรจากตารางของทาโร ยามาเน (Yamane, 1973:1088) ที่ระดับความ เชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

วิธีการศึกษา

แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลที่รวบรวมจาก 2 แหล่งข้อมูล คือ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยสอบถามคนที่มีอายุระหว่าง 34 – 39 ปี จำนวน 400 ราย

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ค้นคว้าข้อมูลจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เช่น ประเภทของสื่อ แหล่งที่เปิดรับ ความถี่ ช่วงเวลา ประเภทเนื้อหารายการ โดยแบ่งออกเป็น 6 ข้อใหญ่ตามชนิดของสื่อ ดังนี้

ข้อ 1 โทรทัศน์

ข้อ 2 วิทยุ

ข้อ 3 หนังสือพิมพ์

ข้อ 4 นิตยสาร

ข้อ 5 อินเทอร์เน็ต

ข้อ 6 ภาพยนตร์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเหตุผลในการเปิดรับสื่อ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 และ 2 ซึ่งเป็นมาตราส่วนประเภทในนาม (Nominal Scale) จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นการให้ระดับเหตุผลในการเปิดรับสื่อ สถิติที่ใช้คือ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด โดยในส่วนของกราฟวิเคราะห์ จะนำผลที่ได้ในระดับมากที่สุด และมากนำมาแปล

ความหมายรวมกันเป็นระดับเหตุผลมากและผลที่ได้ในระดับปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดนำมา
แปลความหมายรวมกันเป็นระดับเหตุผลน้อย

ระยะเวลาในการศึกษา

ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนธันวาคม 2549 ถึงเดือนกันยายน 2550 และระยะเวลา
ทำการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 21 พฤษภาคมถึง 30 พฤษภาคม 2550

สถานที่ศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และแหล่งที่เก็บแบบสอบถาม คือศูนย์การค้า
จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ เซ็นทรัล กาดสวนแก้วและเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า โดยเก็บแห่งละ 200
ราย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved