

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสารมวลชนของเจนเนอร์ชันวายในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ในบทนี้กล่าวถึงการดำเนินการศึกษา อันประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา ขอบเขตประชากร วิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

#### ขอบเขตการศึกษา

เนื้อหาในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วยการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเนอร์ชันวายในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาตามประเภทของสื่อ ชนิด เวลาในการเปิดรับข่าวสาร ความคิดเห็นในการเลือกเปิดรับสื่อ โดยวัดจากเวลาที่ใช้สื่อและความถี่ของการใช้สื่อ แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

#### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชากรที่มีอายุระหว่าง 25 – 33 ปี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 11,419 ราย คิดเป็น 14.05% ของประชากรทั้งจังหวัดเชียงใหม่ (กรมการปกครอง, 2547)

#### ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 386 ราย (จากตารางของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%) (Taro Yamane, 1973:1088) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยจัดเก็บตัวอย่างตามศูนย์การค้า จำนวน 2 แห่ง คือ เซ็นทรัล กาดสวนแก้วและเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า โดยจัดเก็บแห่งละ 193 ราย โดยทำการเก็บแบบสอบถามระหว่างวันที่ 25 สิงหาคมถึง 3 กันยายน 2549

## วิธีการศึกษา

### ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาข้อมูลที่รวบรวมจาก 2 แหล่งข้อมูล คือ

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยสอบถามคนที่มีอายุระหว่าง 25 – 33 ปี จำนวน 386 ราย
- 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าข้อมูลจาก หนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทั้งภาครัฐและเอกชน และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เช่น ประเภท ชนิดของสื่อมวลชนที่เปิดรับ ความถี่ ช่วงเวลาและระยะเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภทแยกตามประเภทรายการต่าง ๆ โดยแบ่งออกเป็น 6 ข้อใหญ่ตามชนิดของสื่อ ดังนี้

- |       |              |
|-------|--------------|
| ข้อ 1 | โทรทัศน์     |
| ข้อ 2 | วิทยุ        |
| ข้อ 3 | หนังสือพิมพ์ |
| ข้อ 4 | นิตยสาร      |
| ข้อ 5 | อินเทอร์เน็ต |
| ข้อ 6 | ภาพยนตร์     |

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชน

### การวิเคราะห์ข้อมูล

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

แบบสอบถามส่วนที่ 3 เป็นการให้ระดับเหตุผลในการเปิดรับสื่อ สติติที่ใช้ คือ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด โดยในส่วนของ การวิเคราะห์จะนำผลที่ได้ในระดับมากที่สุดและมากนำมาแปลความหมายรวมกันเป็นระดับเหตุผลมากและผลที่ได้ในระดับปานกลาง น้อยและน้อยที่สุดนำมาแปลความหมายรวมกันเป็นระดับเหตุผลน้อย

#### ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย

ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนมกราคมถึงเดือนกันยายน 2549 และระยะเวลาทำการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 25 สิงหาคมถึง 3 กันยายน 2549

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University —  
All rights reserved