

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนอเรชั่นเอ็มในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ประกอบด้วย ขอบเขตการศึกษา (ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตประชากร) วิธีการคัดเลือก ตัวอย่าง ข้อมูลและแหล่งข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาของการศึกษา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนอเรชั่นเอ็มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาตามองค์ประกอบด้านประชากรศาสตร์จำแนก ผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม คือ เพศ การศึกษา รายได้ และประเภทของสื่อ ชนิดเวลาในการเปิดรับ ข่าวสาร ความคิดเห็นในการเลือกเปิดรับสื่อ โดยวัดจากเวลาที่ใช้สื่อและความถี่ การใช้สื่อแยกตาม ประเภทของเนื้อหา รายการที่แตกต่างกัน จากการเปิดรับสื่อมวลชน คือ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และ หนังสือพิมพ์

ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรเจนอเรชั่นเอ็มซึ่งเป็นวัยรุ่นตอนปลายมีอายุ ระหว่าง 18-24 ปี มีที่พักอาศัย สถานศึกษา หรือสถานที่ทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่จำนวนทั้งสิ้น 50,459 คน (ข้อมูลพื้นฐานการศึกษาจังหวัดเชียงใหม่2547: ออนไลน์)

ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจากการเปิดตารางจำนวน 400 ราย คำนวณขนาด กลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรจากตารางของทาโร ยามานะ (Yamane Taro: 1967, 1088) ที่ระดับความ เชื่อมั่น 95 โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นการเลือก กลุ่มตัวอย่างตามความสะดวกของผู้เก็บข้อมูล หรือ ตามความเหมาะสมของเหตุการณ์ (คุณชาติ เวช สาร, 2546: 146-147) โดยจะเก็บตัวอย่างจากศูนย์การค้าจำนวน 2 แห่ง คือ เซ็นทรัล กาดสวนแก้ว และเซ็นทรัล แอร์พอร์ต พลาซ่า โดยจะเก็บแห่งละ 200 ราย

วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรอายุระหว่าง 18 – 24 ปี ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย

2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจาก บทความทางวิชาการ และรายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งรวบรวมจากหนังสือ วารสาร ผลงานการศึกษาวิจัย สิ่งพิมพ์ และข้อมูลทางระบบอินเทอร์เน็ต

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม 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

ข้อมูลที่ได้รวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดจะนำมาประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean)

ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ระยะเวลาทำการศึกษาดังแต่เดือนธันวาคม 2549 ถึงเดือนกันยายน 2550 และ
ระยะเวลาทำการเก็บแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ถึง 31 มีนาคม 2550



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved