

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ทักษะคิดของวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อการโฆษณาแฝงในละครโทรทัศน์ มีระเบียบวิธีการศึกษาดังนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาถึงทัศนคติของผู้ชมวัยรุ่นที่มีต่อโฆษณาแฝงในละครโทรทัศน์ โดยนำแนวคิดองค์ประกอบของทัศนคติทั้ง 3 ประการ ได้แก่ ความเข้าใจหรือความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรม โดยในด้านพฤติกรรมจะนำแนวคิดของการประมวลผลข่าวสารข้อมูลมาใช้เพื่อศึกษาว่าโฆษณาแฝงจะมีบทบาทต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในระดับใดใน 5 ระดับ ได้แก่ การเปิดรับ ความตั้งใจ ความเข้าใจ การยอมรับ และการเก็บรักษา

3.1.2 ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอนว่า มีผู้ที่เคยรับชมละครโทรทัศน์นั้นมีจำนวนเท่าใด การกำหนดกลุ่มตัวอย่งนั้นจึงต้องใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีของคอกเรน จากสูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

เมื่อ	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
	p	=	สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร
	e	=	ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้
	Z	=	ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นหรือระดับนัยสำคัญ

ซึ่งที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน (ธีรวุฒิ เอกะกุล อ้างถึง Cochran, 2542 : 65) โดยทำการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาตามทะเบียนบ้านในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี

3.2 วิธีการศึกษา

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การศึกษานี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ ได้แก่

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างจากประชากรที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 385 ราย โดยใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม เก็บในช่วงเดือนกันยายน – ตุลาคม 2552 เครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ นั้น สร้างจากการศึกษารวบรวมข้อมูลต่างๆ และการค้นคว้าหนังสือ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการแจกแบบสอบถามชุดทดสอบก่อนการเก็บข้อมูลจริงจำนวน 30 ชุด นำข้อมูลที่เก็บได้มาวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือพบว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือที่ค่า Chronbach's Alpha เท่ากับ 0.836 แสดงความเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.836 ซึ่งถือได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับเป็นที่ยอมรับ (มากกว่า 0.7) (ธีรวุฒิ เอกะกุล 2542 : 125)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้คือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานที่พักอาศัย สถานที่ทำงานหรือสถานศึกษา

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการเปิดรับชมละครหยรษา ได้แก่ ความถี่ในการรับชม ลักษณะในการรับชม ระยะเวลาในการรับชม (รับชมมาเป็นระยะเวลาานเท่าใด) สาเหตุที่รับชม

ส่วนที่ 3 ทศนคติที่มีต่อโฆษณาแฝงในละครหยรษา ได้แก่ ความเข้าใจความรู้ที่ผู้ชมมีต่อโฆษณาแฝงในละครหยรษาว่ารู้ว่ลักษณะปรากฏที่เห็นนั้นเป็นการโฆษณาแฝงหรือไม่ ความรู้สึกที่ผู้ชมมีต่อวิธีการต่างๆ ที่ใช้ในโฆษณาแฝงในละครหยรษา ความรู้สึกที่ผู้ชมมีต่อการทำโฆษณาแฝง และพฤติกรรมของผู้ชมหลังจากรับชมโฆษณาแฝงในละครหยรษา ในด้านพฤติกรรมจะนำแนวคิดของกระบวนการประมวลผลข่าวสารข้อมูลเพื่อศึกษาว่า โฆษณาแฝงจะเข้าไปมีบทบาทต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในระดับใด ซึ่งจะแบ่งแยกได้เป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเปิดรับความตั้งใจ ความเข้าใจ การยอมรับและการเก็บรักษา

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยการแจกแบบสอบถามชุดทดสอบก่อนการเก็บข้อมูลจริงจำนวน 30 ชุด นำข้อมูลที่เก็บได้มาวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือพบว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือที่ค่า Chronbach's Alpha เท่ากับ 0.836 แสดงความเชื่อมั่นที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.836 ซึ่งถือได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับเป็นที่ยอมรับ (มากกว่า 0.7) (ธีรวิภา ฤกษ์กุล 2542 : 125)

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

โดยการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร ฐานข้อมูลงานวิจัยของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน และการค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

3.3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในองค์ประกอบพฤติกรรม ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วยค่าเฉลี่ย ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อลักษณะปรากฏต่างๆว่าเป็นการโฆษณาหรือไม่ คำนวณจากอัตราส่วนจำนวนข้อที่ตอบถูกต้องกับคะแนน 3 ระดับ และแปลความหมายของค่าคะแนนดังนี้

ตอบถูก 1 ข้อ	ค่าคะแนน	0.43	หมายถึง	มีความรู้ความเข้าใจน้อย
ตอบถูก 2 ข้อ	ค่าคะแนน	0.85	หมายถึง	มีความรู้ความเข้าใจน้อย
ตอบถูก 3 ข้อ	ค่าคะแนน	1.28	หมายถึง	มีความรู้ความเข้าใจน้อย
ตอบถูก 4 ข้อ	ค่าคะแนน	1.71	หมายถึง	มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง
ตอบถูก 5 ข้อ	ค่าคะแนน	2.14	หมายถึง	มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง
ตอบถูก 6 ข้อ	ค่าคะแนน	2.57	หมายถึง	มีความรู้ความเข้าใจมาก
ตอบถูก 7 ข้อ	ค่าคะแนน	3.00	หมายถึง	มีความรู้ความเข้าใจมาก

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนการวัดระดับความคิดเห็นของคำถามที่มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมาตราส่วนประมาณค่า ตามวิธีของลิเคิร์ต (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ อ้างถึง Likert, 2540 : 107-108) โดยด้านความรู้สึกที่มีต่อลักษณะปรากฏของสินค้าและบริการต่างๆ ในละครहरรรษาและ ความรู้สึกโดยรวมต่อวิธีการโฆษณาแฝงและต่อการโฆษณาแฝงในละครहरรรษา โดยผู้ตอบ แบบสอบถามเลือกตอบตามความคิดเห็น มีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับดังนี้

ระดับความชอบ	คะแนน
ชอบมากที่สุด	5
ชอบมาก	4
ปานกลาง	3
ไม่ชอบ	2
ไม่ชอบมากที่สุด	1

นำค่าเฉลี่ยคะแนนที่ได้ แปลความหมายจากค่าเฉลี่ยเป็นระดับความชอบด้วยเกณฑ์สัมบูรณ์ แบ่ง ออกเป็น 5 ช่วง ซึ่งแต่ละช่วงเทียบเกณฑ์ดังนี้ โดยมีช่วงคะแนนเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	ชอบมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	หมายถึง	ชอบมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	ไม่ชอบ
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	ไม่ชอบมากที่สุด

และระดับความคิดเห็นต่อโฆษณาแฝงในละครहरรรษาใช้เกณฑ์ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
ปานกลาง	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยมากที่สุด	1

นำค่าเฉลี่ยคะแนนที่ได้ แปลความหมายจากค่าเฉลี่ยเป็นระดับความชอบด้วยเกณฑ์สัมบูรณ์ แบ่งออกเป็น 5 ช่วง ซึ่งแต่ละช่วงเทียบเกณฑ์ดังนี้ โดยมีช่วงคะแนนเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์ผลแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	หมายถึง	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	2.50 – 3.49	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 – 2.49	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.49	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

ระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือนเมษายน 2552 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2553 โดยใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเดือนกันยายน 2552 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2552

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved