

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "อิทธิพลของโฆษณาสินค้าบนปกเทปเพลงไทยสากลต่อวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร" เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและหญิง ที่มีอายุระหว่าง 15-21 ปี จากผลการสำรวจเมื่อ พ.ศ. 2541 ประชากรเพศชายและหญิง อายุ 15-21 ปีที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ 44 สำนักงานเขต 2 สำนักงานสาขาของกรุงเทพมหานคร มีจำนวน 1,441,000 คน โดยแยกเป็นเพศชาย 665,000 คน และเพศหญิง 776,000 คน (ที่มา : กองวางแผนทรัพยากรมนุษย์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2541)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane คำนวณจากประชากรทั้งหมด 1,441,000 คน ต้องการความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% (อ้างจาก วิเชียร เกตุสิงห์, 2537: 27) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คนจากตาราง ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเลือกตัวอย่าง ใช้วิธีการแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ใช้วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

เพื่อแบ่งเขตตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร ออกเป็น 3 กลุ่มเขต ได้แก่ กลุ่มเขตเมือง กลุ่มเขตต่อเมือง และกลุ่มชานเมือง เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างกระจายครอบคลุมทั่ว

กรุงเทพมหานคร โดยแต่ละกลุ่มเขตได้ทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายโดยวิธีการจับฉลากเพื่อเลือกเขตที่จะทำการสุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม กลุ่มละ 4 เขต ซึ่งผลการจับฉลากได้เขตที่จะทำการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

<u>กลุ่มเขตเมือง</u>	ได้แก่ เขต พญาไท	ปทุมวัน	ธนบุรี	บางซื่อ
<u>กลุ่มเขตต่อเมือง</u>	ได้แก่ เขต ประเวศ	จตุจักร	ดอนเมือง	ภาษีเจริญ
<u>กลุ่มชานเมือง</u>	ได้แก่ เขต ดลิ่งชัน	มีนบุรี	ลาดกระบัง	หนองแขม

2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เพื่อเลือกหน่วยตัวอย่าง โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากสถานที่ต่าง ๆ อันเป็นแหล่งชุมชนของกลุ่มตัวอย่างให้มีความหลากหลายมากที่สุด ซึ่งได้แก่ ศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา สถาบันกวดวิชา หน้าโรงพยาบาลนตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต จนครบจำนวนตามต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้มีการกระจายของกลุ่มตัวอย่างให้มากที่สุด และมีการถามคำถามกลุ่มตัวอย่างก่อนการตอบแบบสอบถาม ว่ามีการซื้อเทปเพลงไทยสากลหรือไม่ หากไม่มีการซื้อก็จะไม่ให้กลุ่มตัวอย่างคนนั้นตอบแบบสอบถาม

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถแจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากลแตกต่างกัน

-ตัวแปรอิสระ ลักษณะทางประชากร

-ตัวแปรตาม การเปิดรับข่าวสาร

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อโฆษณาบนปกเทปมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

-ตัวแปรอิสระ การเปิดรับข่าวสาร

-ตัวแปรตาม ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

สมมติฐานที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

-ตัวแปรอิสระ ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณา
-ตัวแปรตาม ทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

สมมติฐานที่ 4 ทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

-ตัวแปรอิสระ ทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณา
-ตัวแปรตาม พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหรือใช้สินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามจำนวน 1 ชุด ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยการค้นคว้าจากหนังสือ เอกสารต่าง ๆ รวมทั้งสอบถามจากผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการวิจัยและคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งแบบสอบถามนี้จะประกอบด้วยคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Question) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ การศึกษา
- ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากล
- ตอนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล
- ตอนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อสินค้าและโฆษณานบนปกเทปเพลงไทยสากล
- ตอนที่ 5** คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

หลังจากที่ผู้วิจัยทำการสร้างแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มวัยรุ่นชายหญิงในกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 15-21 ปี ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 ชุด เพื่อทดสอบว่า คำถามแต่ละข้อในแบบสอบถามแต่ละส่วนสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยต้องการหรือไม่ และมีอุปสรรคในการตอบคำถามประการใดบ้าง รวมทั้งตรวจสอบความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับ (Relevance) ของเนื้อหา ความเป็นไปได้ (Reliability) โดยนำส่วนของคำถามที่สามารถวัดออกมาได้เป็นคะแนน ซึ่งเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้วิธีการหาค่าความเชื่อมั่นตามแบบสัมประสิทธิ์ของ ครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) ตามสูตร ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2534:116)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum v_i}{v_t} \right)$$

เมื่อ α คือ ความเชื่อถือได้

K คือ จำนวนข้อ

v_i คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

v_t คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตอนที่ 2 "เรื่องการเปิดรับข่าวสาร" ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.75 และสำหรับตอนที่ 4 "เรื่องทัศนคติต่อสินค้าและโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล" ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.73 ภายหลังจากการทดสอบแล้ว ทำการปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามในเรื่องของการปรับปรุงภาษาที่ใช้ และการตัดทอนหรือเพิ่มเติมเนื้อความในแต่ละข้อเพื่อให้สื่อสารได้ความหมายตามที่ต้องการและได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ก่อนการนำไปใช้จริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยรวบรวมข้อมูลได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถาม นำไปถามวิทยากรในเขตที่เลือกไว้แล้ว โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่ต้นเดือนกุมภาพันธ์ จนถึง ปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2542 ซึ่งใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น 1 เดือน

เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปรดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับข่าวสารมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

1.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร

ไม่เคยเลย	1	คะแนน
นาน ๆ ครั้ง	2	คะแนน
บางครั้ง	3	คะแนน
บ่อยครั้ง	4	คะแนน
เป็นประจำ	5	คะแนน

1.2 การซื้อเทปเพลงไทยสากล

เดือนละครั้ง / ครั้งละ 1 ม้วน	1	คะแนน
เดือนละ 2 ครั้ง / ครั้งละ 2 ม้วน	2	คะแนน
เดือนละ 3 ครั้ง / ครั้งละ 3 ม้วน	3	คะแนน
เดือนละ 4 ครั้ง / ครั้งละ 4 ม้วน	4	คะแนน
มากกว่าเดือนละ 4 ครั้ง / มากกว่าครั้งละ 4 ม้วน	5	คะแนน

1.3 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับฟังเพลงไทยสากลจากเทป

ไม่เคยฟังเลย	1	คะแนน
นาน ๆ ครั้ง	2	คะแนน
1-3 ครั้ง / สัปดาห์	3	คะแนน
4-6 ครั้ง / สัปดาห์	4	คะแนน
ทุกวัน	5	คะแนน

1.4 การใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการเปิดรับฟังเพลงไทยสากลจากเทป

น้อยกว่า 15 นาทีหรือไม่เคยฟังเลย	1	คะแนน
15 นาที – 30 นาที	2	คะแนน
31 นาที – 45 นาที	3	คะแนน
46 นาที – 1 ชั่วโมง	4	คะแนน
มากกว่า 1 ชั่วโมง	5	คะแนน

2. ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากลมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ตอบไม่ถูก	0	คะแนน
ตอบถูก	1	คะแนน

หลังจากนั้นนำคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทั้งหมด มาหาค่าเฉลี่ยแล้วนำไป แปลความหมายโดยอ้างอิงตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

3. ทักษะคติต่อสินค้าและโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
เฉย ๆ	3	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน

4. พฤติกรรมการซื้อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

4.1 การซื้อสินค้า

ไม่ซื้อ	0	คะแนน
ซื้อ	1	คะแนน

4.2 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้อสินค้า

ไม่ซื้อสินค้านั้นอีกเลย	1	คะแนน
ซื้อน้อยลง	2	คะแนน
ซื้อเหมือนเดิม	3	คะแนน
ซื้อมากขึ้นกว่าเดิม	4	คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมาย

การกำหนดระดับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโฆษณาบนปกเพลงไทยสากล จากค่าเฉลี่ยของคะแนนความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร มีเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับของพฤติกรรม</u>
ต่ำกว่า 1.80	น้อยมาก
1.81 – 2.60	น้อย
2.61 – 3.40	ปานกลาง
3.41 – 4.20	บ่อย
4.21 – 5.00	บ่อยมาก

การกำหนดระดับความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาบนปกเพลงไทยสากล จากค่าเฉลี่ยของคะแนนความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาบนปกเพลงไทยสากล มีเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับความรู้</u>
ต่ำกว่า 1.66	ความรู้ระดับต่ำ
1.67 – 3.33	ความรู้ระดับปานกลาง
3.34 – 5.00	ความรู้ระดับสูง

การกำหนดระดับทัศนคติต่อสินค้าและโฆษณาบนปกเพลงไทยสากล จากค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติต่อสินค้าและโฆษณาบนปกเพลงไทยสากล มีเกณฑ์ในการแปลความหมายดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับทัศนคติ</u>
1.00 - 2.99	ไม่เห็นด้วย
3.00	เฉย ๆ
3.01 – 5.00	เห็นด้วย

การกำหนดระดับความบ่อยครั้งในการซื้อเทปเพลงไทยสากลต่อเดือน จากค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการซื้อเทปเพลงไทยสากลต่อเดือน มีเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับของพฤติกรรม</u>
ต่ำกว่า 1.80	เดือนละ 1 ครั้ง
1.81 – 2.60	เดือนละ 2 ครั้ง
2.61 – 3.40	เดือนละ 3 ครั้ง
3.41 – 4.20	เดือนละ 4 ครั้ง
4.21 – 5.00	มากกว่าเดือนละ 4 ครั้ง

การกำหนดระดับจำนวนของเทปเพลงไทยสากลที่ซื้อในแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง จากค่าเฉลี่ยของจำนวนของเทปเพลงไทยสากลที่ซื้อในแต่ละครั้ง มีเกณฑ์ในการแปลความหมายแบ่งเป็น ดังนี้

<u>ค่าเฉลี่ย</u>	<u>ระดับของพฤติกรรม</u>
ต่ำกว่า 1.80	ครั้งละ 1 ม้วน
1.81 – 2.60	ครั้งละ 2 ม้วน
2.61 – 3.40	ครั้งละ 3 ม้วน
3.41 – 4.20	ครั้งละ 4 ม้วน
4.21 – 5.00	มากกว่าครั้งละ 4 ม้วน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้การคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ โดยแบ่งเป็น

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับ

- ลักษณะทางประชากร
- การเปิดรับข่าวสารจากสื่อโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล
- ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล
- ทศนคติต่อสินค้าและโฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล
- พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

2. ใช้ t - test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ในกลุ่มตัวแปรอิสระที่เป็นเพศ อายุ และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (One-way ANOVA) ในการวิเคราะห์กลุ่มตัวแปรอิสระที่เป็น รายได้ การศึกษา และการเปิดรับข่าวสาร
3. ใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่โฆษณาบนปกเทปเพลงไทยสากล

การประมวลผลข้อมูล

หลังจากเก็บแบบสอบถามครบถ้วนตามจำนวนแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องของชุดข้อมูลทั้งหมด แล้วทำการลงรหัส หลังจากนั้นก็นำข้อมูลที่ได้จากการลงรหัสเรียบร้อยแล้วไปวิเคราะห์โดยประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS+ For Windows เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย