

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง " พุทธพาณิชย์ ผลกระทบจากการใช้สื่อสารมวลชนในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อจำหน่ายพระเครื่องที่มีต่อทัศนคติและความเชื่อของพุทธศาสนิกชน ในเรื่อง สัญลักษณ์ทางพุทธศาสนา " เป็นเรื่องการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งแบ่งการศึกษาวิจัยเป็น 2 วิธี คือ

1. การศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร (Documentary Research)
2. การศึกษาวิจัยภาคสนาม (Field Survey) โดยมีเครื่องมือคือแบบสอบถาม (Questionnaires)

ประชากร ประชากรที่อ้างอิงในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มนักนิยมพระเครื่อง กลุ่มพุทธศาสนิกชน และกลุ่มประชาชนทั่วไป

กลุ่มตัวอย่าง การกำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้ขนาดตัวอย่างจำนวน 300 คน โดยจำแนกตามประชากรทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มนักนิยมพระเครื่อง จำนวน 75 คน
2. กลุ่มพุทธศาสนิกชน จำนวน 75 คน
3. กลุ่มประชาชนทั่วไป จำนวน 150 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนในการดำเนินการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยศึกษาจากหนังสือ วารสาร บทความ และผลงานวิจัยอื่น ๆ
2. การกำหนดโครงสร้างเนื้อหาของคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

- ก. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ข. ทัศนคติและความเชื่อที่มีต่อพระเครื่อง
- ค. ความคิดเห็นที่มีต่อพุทธพาณิชย์ และข้อโต้แย้งที่มีต่อพระเครื่องในเชิงพุทธพาณิชย์
- ง. ทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของพุทธศาสนา
- จ. แนวคิดในการจัดระบบ ระเบียบกฎเกณฑ์ในการสร้างพระเครื่อง

การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล กำหนดรายละเอียดและขั้นตอนในการนำเสนอผล การวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานโดยใช้ตาราง CROSSTAB เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม กับทัศนคติและความเชื่อต่างๆเกี่ยวกับพระเครื่อง และพุทธพาณิชย์ ทัศนคติและความเชื่อเกี่ยวกับ พระเครื่องกับการยอมรับการใช้สื่อสารมวลชนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อจำหน่ายพระเครื่อง โดยใช้สถิติ chi-square และระดับความมีนัยสำคัญ ที่ 0.01 เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย