

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่องการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับพฤติกรรมจรรยาบรรณของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลด้วยการวัดครั้งเดียว (one shot descriptive study) ซึ่งดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี จากรายงานการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน พ.ศ. 2540 ประชากรเพศชายและเพศหญิงอายุ 15-24 ปีที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีจำนวน 1,464,500 คน โดยแยกเป็นเพศชาย 697,000 คน เพศหญิง 767,500 คน (ที่มา : กองคลังข้อมูลและสนเทศสถิติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2541)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีเปิดตารางสำเร็จของ Taro Yamane คำนวณจากประชากรทั้งหมด 1,464,500 คน ต้องการความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5 % (อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2537: 29) ซึ่งจำนวนประชากรตั้งแต่ 100,000 คนขึ้นไป ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจากตาราง 400 คน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 413 ตัวอย่าง

วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. วิธีสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling)

แบ่งเขตตามเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 กลุ่มเขต ได้แก่

กลุ่มรัตนโกสินทร์ มีทั้งหมด 9 เขต คือ ดุสิต บางซื่อ บางรัก ปทุมวัน พระนคร ป้อมปราบศัตรูพ่าย ญาไท ราชเทวี สัมพันธวงศ์

กลุ่มบูรพา มีทั้งหมด 9 เขต คือ จตุจักร ดอนเมือง บางกะปิ บางเขน บึงกุ่ม สายไหม ลาดพร้าว วังทองหลาง หลักสี่

กลุ่มศรีนครินทร์ มีทั้งหมด 8 เขต คือ ประเวศ มีนบุรี ลาดกระบัง สวนหลวง หนองจอก คลองสามวา คันนายาว สะพานสูง

กลุ่มเจ้าพระยา มีทั้งหมด 9 เขต คือ คลองเตย ดินแดง พระโขนง สาทร ยานนาวา บางคอแหลม ห้วยขวาง วัฒนา บางนา

กลุ่มกรุงธนใต้ มีทั้งหมด 8 เขต คือ คลองสาน จอมทอง ธนบุรี บางแค บางบอน บางขุนเทียน ราษฎร์บูรณะ ทุ่งครุ

กลุ่มกรุงธนเหนือ มีทั้งหมด 7 เขต คือ คลิ่งชัน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางพลัด ภาษีเจริญ หนองแขม ทวีวัฒนา

เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างกระจายครอบคลุมทั่วกรุงเทพมหานคร ในแต่ละกลุ่มได้ทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) โดยการจับฉลากเพื่อเลือกเขตที่จะทำการสุ่มตัวอย่าง กลุ่มละ 2 เขต ซึ่งผลการจับฉลากได้เขตที่จะทำการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

กลุ่มรัตนโกสินทร์	ได้แก่ เขตพระนคร	เขตพญาไท
กลุ่มบูรพา	ได้แก่ เขตจตุจักร	เขตบางกะปิ
กลุ่มศรีนครินทร์	ได้แก่ เขตมีนบุรี	เขตลาดกระบัง
กลุ่มเจ้าพระยา	ได้แก่ เขตดินแดง	เขตสาทร
กลุ่มกรุงธนใต้	ได้แก่ เขตบางแค	เขตหนองแขม
กลุ่มกรุงธนเหนือ	ได้แก่ เขตบางกอกน้อย	เขตภาษีเจริญ

2. วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เพื่อเลือกหน่วยตัวอย่าง โดยทำการสุ่มเลือกวัยรุ่นที่พบในสถานที่ต่างๆ อันเป็นแหล่งชุมชนของกลุ่มตัวอย่าง ให้ความหลากหลายมากที่สุด ซึ่งได้แก่ ศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา สถาบันกวดวิชา หน้าโรงพยาบาลศูนย์ ซูเปอร์มาร์เก็ต จนครบจำนวนตามต้องการ ทั้งนี้เพื่อให้มีการกระจายของกลุ่มตัวอย่างให้มากที่สุด

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถแจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

- สมมติฐานที่ 1** การเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ทางลบกับการเปิดรับสื่อบุคคล
- ตัวแปรอิสระ ปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการ โทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ชมภาพยนตร์
- ตัวแปรตาม ปริมาณการเปิดรับสื่อบุคคล หมายถึง ความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการพูดคุยกับบิดามารดา ครู เพื่อน และพระสงฆ์
- สมมติฐานที่ 2** ผู้ที่เปิดรับสื่อจากช่องทางและปริมาณแตกต่างกัน มีพฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ การเปิดรับสื่อ จำแนกตามช่องทางการสื่อสารและปริมาณการเปิดรับ เป็นการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ซึ่งแต่ละช่องทาง แบ่งการเปิดรับออกเป็น 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง และน้อย
- ตัวแปรตาม พฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ หมายถึง พฤติกรรมจริยธรรมที่บุคคลตีความ รับทราบและเข้าใจภาพรวมของพฤติกรรมของคนในสังคมตามที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ
- สมมติฐานที่ 3** ผู้ที่เปิดรับสื่อจากช่องทางและปริมาณแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อพฤติกรรมจริยธรรมแตกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ การเปิดรับสื่อ เป็นตัวแปรเดียวกันกับตัวแปรอิสระในสมมติฐานที่ 2
- ตัวแปรตาม ทัศนคติต่อพฤติกรรมจริยธรรม หมายถึง ผลของการประเมินพฤติกรรมว่าก่อให้เกิดผลที่พึงประสงค์เพียงใด

- สมมติฐานที่ 4** ผู้ที่เปิดรับสื่อจากช่องทางและปริมาณแตกต่างกัน มีพฤติกรรมจริยธรรมแตกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ การเปิดรับสื่อ เป็นตัวแปรเดียวกันกับตัวแปรอิสระในสมมติฐานที่ 2
- ตัวแปรตาม พฤติกรรมจริยธรรม หมายถึง พฤติกรรมจริยธรรมที่แสดงออกในลักษณะของเจตจำนงเชิงพฤติกรรม
- สมมติฐานที่ 5** ปริมาณการเปิดรับสื่อบุคคลต่างกัน มีพฤติกรรมจริยธรรมความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง(subjective norm)แตกต่างกัน
- ตัวแปรอิสระ ปริมาณการเปิดรับสื่อบุคคล เป็นตัวแปรเดียวกันกับตัวแปรตามในสมมติฐานที่ 1
- ตัวแปรตาม พฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง(subjective norm) หมายถึง พฤติกรรมจริยธรรมตามความคิดความเชื่อของบุคคลว่ากลุ่มอ้างอิงหรือคนที่มีผลสำคัญต่อบุคคลนั้นๆ ต้องการให้บุคคลแสดงพฤติกรรมในลักษณะใด
- สมมติฐานที่ 6** พฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจริยธรรม
- ตัวแปรอิสระ พฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ เป็นตัวแปรเดียวกันกับตัวแปรตามในสมมติฐานที่ 2
- ตัวแปรตาม พฤติกรรมจริยธรรม เป็นตัวแปรเดียวกันกับตัวแปรตามในสมมติฐานที่ 4
- สมมติฐานที่ 7** พฤติกรรมจริยธรรมตามประสบการณ์ตรงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจริยธรรม
- ตัวแปรอิสระ พฤติกรรมจริยธรรมตามประสบการณ์ตรง หมายถึง พฤติกรรมจริยธรรมที่บุคคลเคยปฏิบัติด้วยตนเอง
- ตัวแปรตาม พฤติกรรมจริยธรรม เป็นตัวแปรเดียวกันกับตัวแปรตามในสมมติฐานที่ 4
- สมมติฐานที่ 8** พฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมจริยธรรม
- ตัวแปรอิสระ พฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง เป็นตัวแปรเดียวกันกับตัวแปรตามในสมมติฐานที่ 5
- ตัวแปรตาม พฤติกรรมจริยธรรม เป็นตัวแปรเดียวกันกับตัวแปรตามในสมมติฐานที่ 4

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close-ended Question) ซึ่งแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ส่วนตัวและรายได้ของครอบครัวต่อเดือนโดยประมาณ รวมทั้งสิ้น 5 ข้อ
- ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ประกอบด้วยคำถามแบบมาตราประเมินค่า 6 ระดับ สำหรับความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ 9 ชนิด และคำถามแบบมาตราประเมินค่า 7 ระดับ สำหรับระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ 8 ชนิด รวมทั้งสิ้น 17 ข้อ
- ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ พฤติกรรมจริยธรรมตามประสบการณ์ตรง พฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Subjective norm) และพฤติกรรมจริยธรรม ประกอบด้วยคำถามแบบจำแนกความหมาย (Semantic Differential) รวมทั้งสิ้น 10 ข้อ
- ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อพฤติกรรมจริยธรรม ประกอบด้วยคำถามการศึกษาทัศนคติตามแนวคิดของพีชชานน์และคณะ ซึ่งเป็นคำถามแบบจำแนกความหมาย (Semantic Differential) รวมทั้งสิ้น 10 ข้อ

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

แบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากส่วนหนึ่งของพฤติกรรมจริยธรรม ซึ่ง รศ. ดร. ชัยพร วิชาวุธและคณะ รวบรวมขึ้นทั้งสิ้น 99 พฤติกรรม โดยผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าหนังสือและเอกสารเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมและผลกระทบในสังคมไทย ตลอดจนคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อใช้เป็นแนวกำหนดความสนใจในการเลือกพฤติกรรมจริยธรรมมาศึกษา จำนวน 10 พฤติกรรม และเนื่องจากพฤติกรรมที่เลือกมายังมีความเป็นทั่วไปสูง จึงนำมาแตกแต่ละพฤติกรรมเป็น 2 การกระทำ ดังนี้

รูปแบบพฤติกรรม

การกระทำ

พฤติกรรมต่อตนเอง

- การห้ามใจ

- การคิดถึงความเป็นหรือประโยชน์ของ
สินค้าก่อนตัดสินใจซื้อ

- การใช้เรื่องการสร้างภาพพจน์ที่ดีเป็น
เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ

- การมีวินัยของตนเอง

- การกำหนดกฎเกณฑ์เป็นแนวการปฏิบัติ
ของตนเอง

- การเลือกใช้วิธีที่ง่ายและสะดวกสบายใน
การทำสิ่งต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมาย

- การพอใจในสิ่งที่ตนเองมี

- การพอใจกับการดำเนินชีวิตตามอัตภาพ

- การใช้วิธียืมหรือกู้หรือผ่อนส่ง เมื่อ
ต้องการซื้อของที่อยากได้แต่ยังไม่มีเงินพอ

- การขยันหมั่นเพียร

- การใช้เวลาว่างทำงานพิเศษหรืองานอดิเรก
ที่เป็นประโยชน์

- การใช้เวลาว่างโดยการ ไปช้อปปิ้งหรือเดิน
ศูนย์การค้ากับเพื่อน

- การไม่ยุ่งเกี่ยวอบายมุข

- การปฏิเสธสิ่งต่างๆ ที่ถือว่าเป็นอบายมุข

- การเลี่ยงโชคด้วยการพนัน

พฤติกรรมทางสังคม

- การพูดปด

- การพูดความจริงที่อาจทำให้ตนเองได้รับ
ความเดือนร้อน

- การไม่ให้ข้อมูลที่อาจทำให้ตนเองเดือด
ร้อน

- การลำเอียงเนื่องจากฐานะทางเศรษฐกิจ

- การเลือกปฏิบัติต่อบุคคลให้เหมาะกับฐานะ
ทางเศรษฐกิจของบุคคลนั้น

- การปฏิบัติต่อทุกคน ไม่ว่าจะจนหรือรวย ไม่
แตกต่างกัน

รูปแบบพฤติกรรม	การกระทำ
-การให้ความช่วยเหลือ	-การให้เงินหรือทรัพย์สินเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น -การหาเหตุผลส่วนตัวเพื่อให้คนอื่นยอมรับ เมื่อไม่อย่างทำตามที่ผู้อื่นร้องขอ
-การบำเพ็ญประโยชน์ต่อชุมชน	-การร่วมกิจกรรมอาสาสมัครหรือสาธารณ ประโยชน์ในช่วงวันหยุด -การเลือกทำให้สิ่งที่ให้ประโยชน์เฉพาะตัว เป็นสำคัญ
-การรักษาหน้า	-การเลือกใช้เครื่องแต่งกายหรือของใช้ที่ แสดงความภูมิฐาน -การแต่งกายด้วยเสื้อผ้าแบบเรียบๆ ไม่ตาม กระแสความนิยม โดยไม่รู้สึกละอายใจ

ในส่วนของการวัดทัศนคติต่อพฤติกรรม ผู้วิจัยนำแนวคิดการวัดทัศนคติของพีชบายนและแนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่นมาใช้ในการกำหนดผลของการกระทำที่ใช้ในการประเมินคุณค่าของพฤติกรรม

หลังจากที่ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามแล้ว จึงนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข จากนั้นจึงนำไปทำการทดสอบ (pretest) กับกลุ่มวัยรุ่นชายหญิงในกรุงเทพมหานครที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปี ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบค่าเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำส่วนของคำถามที่วัดเป็นคะแนนตามมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ไปคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นตามแบบสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ(วิเชียร เกตุสิงห์, 2537: 116) ดังนี้

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left\{ 1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right\}$$

เมื่อ	α	คือ ความเชื่อถือได้
	K	คือ จำนวนข้อ
	V_i	คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	V_t	คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

จากนั้นนำผลการคำนวณค่าความเชื่อมั่นมาใช้ในการเลือกข้อคำถามให้เหลือเพียง 1 การกระทำต่อ 1 พฤติกรรม และนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบค่าความเชื่อมั่นอีกครั้ง ผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตอนที่ 3 เท่ากับ .8200 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามตอนที่ 4 เท่ากับ .8838

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยและผู้ช่วยรวบรวมข้อมูลจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามไปถามวัยรุ่นในเขตที่เลือกไว้แล้ว ในช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์จนถึงปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2543 รวมเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 1 เดือน

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย

การกำหนดคะแนนคำตอบที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปร ดังต่อไปนี้

1.การเปิดรับสื่อ ประกอบด้วยความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ

1.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ

สำหรับสื่อประเภทโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บิดามารดา ครู เพื่อน มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ไม่รับเลย	1 คะแนน
น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 วัน	2 คะแนน
สัปดาห์ละ 1 - 2 วัน	3 คะแนน
สัปดาห์ละ 3 - 4 วัน	4 คะแนน
สัปดาห์ละ 5 - 6 วัน	5 คะแนน
เปิดรับทุกวัน	6 คะแนน

ส่วนสื่อประเภทภาพยนตร์และพระสงฆ์มีลักษณะการเปิดรับเป็นรายเดือนมากกว่าที่จะเปิดรับเป็นรายวันหรือรายสัปดาห์ จึงกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

น้อยกว่าเดือนละ 1 วัน	2 คะแนน
เดือนละ 1 วัน	3 คะแนน
เดือนละ 2 วัน	4 คะแนน
สัปดาห์ละ 1 วัน	5 คะแนน
มากกว่าสัปดาห์ละ 1 วัน	6 คะแนน

1.2 ระยะเวลาที่เปิดรับสื่อเฉลี่ยในแต่ละวัน

สำหรับสื่อประเภทโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บิดามารดา ครู เพื่อน และพระสงฆ์ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ไม่เปิดรับ	0 คะแนน
เปิดรับครึ่งชั่วโมง	1 คะแนน
เปิดรับ 1 ชั่วโมง	2 คะแนน
เปิดรับ 2 ชั่วโมง	3 คะแนน
เปิดรับ 3 ชั่วโมง	4 คะแนน
เปิดรับ 4 ชั่วโมง	5 คะแนน
เปิดรับ 5 ชั่วโมง	6 คะแนน
เปิดรับมากกว่า 5 ชั่วโมง	7 คะแนน

ส่วนสื่อภาพยนตร์ เนื่องจากการเปิดรับภาพยนตร์แต่ละเรื่องจะมีความยาวเท่ากันโดยประมาณ คือเรื่องละ 2 ชั่วโมง จึงไม่มีการสอบถามระยะเวลาในการเปิดรับสื่อภาพยนตร์

1.3 การเปิดรับสื่อ

สำหรับโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บิดามารดา ครู เพื่อน พระสงฆ์ เพื่อให้ค่าที่ได้สะท้อนความแตกต่างของการเปิดรับ เช่น ความแตกต่างของการเปิดรับระหว่างผู้ที่ดูโทรทัศน์ทุกวัน วันละครึ่งชั่วโมงกับผู้ที่ไม่ดูโทรทัศน์สัปดาห์ละ 1-2 วัน แต่ดูครั้งละ 5-6 ชั่วโมง จึงกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนจากผลคูณของความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการเปิดรับสื่อ ดังนี้

ผลคูณ	คะแนนการเปิดรับสื่อ
0 - 6	1
7 - 12	2
13 - 18	3
19 - 24	4
25 - 30	5
31 - 36	6
37 - 42	7

ส่วนคะแนนการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ กำหนดให้ใช้คะแนนตามระดับคะแนนความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อ

การแปลความหมายระดับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ สำหรับโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บิดามารดา ครู เพื่อน พระสงฆ์ มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับของพฤติกรรม
1.00 - 2.99	เปิดรับื่อน้อย
3.00 - 5.00	เปิดรับสื่อปานกลาง
5.01 - 7.00	เปิดรับสื่อมาก

ส่วนการแปลความหมายระดับการเปิดรับสื่อภาพยนตร์ มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับของพฤติกรรม
1 - 2	เปิดรับสื่อเล็กน้อย
3 - 4	เปิดรับสื่อปานกลาง
5 - 6	เปิดรับสื่อมาก

2. พฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

2.1 พฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมสูง

ทำบ่อย 1 คะแนน ถึง ไม่ทำเลย 7 คะแนน

2.2 พฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมต่ำ

ทำบ่อย 7 คะแนน ถึง ไม่ทำเลย 1 คะแนน

การแปลความหมายพฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับของพฤติกรรม
100 - 2.99	พฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับสูง
3.00 - 5.00	พฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับปานกลาง
5.01 - 7.00	พฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับต่ำ

3. พฤติกรรมจริยธรรมตามประสบการณ์ตรง มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

3.1 พฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมสูง

ทำบ่อย 1 คะแนน ถึง ไม่ทำเลย 7 คะแนน

3.2 พฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมต่ำ

ทำบ่อย 7 คะแนน ถึง ไม่ทำเลย 1 คะแนน

การแปลความหมายพฤติกรรมจริยธรรมตามประสบการณ์ตรง มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับของพฤติกรรม
100 - 2.99	พฤติกรรมจริยธรรมตามประสบการณ์ตรง มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับสูง
3.00 - 5.00	พฤติกรรมจริยธรรมตามประสบการณ์ตรง มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับปานกลาง
5.01 - 7.00	พฤติกรรมจริยธรรมตามประสบการณ์ตรง มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับต่ำ

4.พฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (subjective norm) มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

4.1 พฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมสูง

ทำบ่อย 1 คะแนน ถึง ไม่ทำเลย 7 คะแนน

4.2 พฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมต่ำ

ทำบ่อย 7 คะแนน ถึง ไม่ทำเลย 1 คะแนน

การแปลความหมายพฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับของพฤติกรรม
100 - 2.99	พฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับสูง
3.00 - 5.00	พฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับปานกลาง
5.01 - 7.00	พฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับต่ำ

5. พฤติกรรมจริยธรรม มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

5.1 พฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมสูง

ทำบ่อย 1 คะแนน ถึง ไม่ทำเลย 7 คะแนน

5.2 พฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมต่ำ

ทำบ่อย 7 คะแนน ถึง ไม่ทำเลย 1 คะแนน

การแปลความหมายพฤติกรรมจริยธรรม จากค่าเฉลี่ยพฤติกรรมจริยธรรม มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับของพฤติกรรม
100 - 2.99	พฤติกรรมจริยธรรม มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับสูง
3.00 - 5.00	พฤติกรรมจริยธรรม มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับปานกลาง
5.01 - 7.00	พฤติกรรมจริยธรรม มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมในสังคมทุนนิยมในระดับต่ำ

6. ทักษะคิดต่อพฤติกรรมจริยธรรม มีเกณฑ์การให้คะแนนเรียงตามลำดับ ดังนี้

6.1 พฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมสูง

ดี 1 คะแนน ถึง ไม่ดี 7 คะแนน

ได้ประโยชน์ 1 คะแนน ถึง เสียหาย 7 คะแนน

ทำให้รู้สึกมีอิสระ 1 คะแนน ถึง ทำให้รู้สึกถูกควบคุม 7 คะแนน

ทำให้ได้รับการยอมรับ 1 คะแนนถึง ทำให้ไม่ได้รับการยอมรับ 7 คะแนน

6.2 พฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมต่ำ

ดี 7 คะแนน ถึง ไม่ดี 1 คะแนน

ได้ประโยชน์ 7 คะแนน ถึง เสียหาย 1 คะแนน

ทำให้รู้สึกมีอิสระ 7 คะแนน ถึง ทำให้รู้สึกถูกควบคุม 1 คะแนน

ทำให้ได้รับการยอมรับ 7 คะแนนถึง ทำให้ไม่ได้รับการยอมรับ 1 คะแนน

การแปลความหมายทัศนคติต่อพฤติกรรมจริยธรรม ดูจากค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติต่อพฤติกรรมจริยธรรม มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับของพฤติกรรม
1.00 - 2.99	ทัศนคติระดับต่ำ คือมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมสูง มากกว่าพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมต่ำ
3.00 - 5.00	ทัศนคติระดับปานกลาง คือมีทัศนคติที่ดีทั้งต่อพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมสูงและต่ำ ในระดับใกล้เคียงกัน
5.01 - 7.00	ทัศนคติระดับสูง คือมีทัศนคติที่ดีต่อพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมต่ำ มากกว่าพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดบริโภคนิยมสูง

การประมวลผลข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลตามแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะทำการตรวจนับแบบสอบถามที่ได้ข้อมูลครบถ้วน แล้วนำมาลงรหัสจนครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอและสรุปผลการวิจัยครั้งนี้จะทำการคำนวณค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคล พฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ พฤติกรรมจริยธรรมตามประสบการณ์ตรง พฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง ทัศนคติต่อพฤติกรรมจริยธรรมและพฤติกรรมจริยธรรม

2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติต่างๆ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 : ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับการเปิดรับสื่อบุคคล

สมมติฐานที่ 2 : ใช้การทดสอบหาความแตกต่างระหว่างกลุ่มโดยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีของ Scheffe เพื่ออธิบายความแตกต่างของพฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้ระหว่างกลุ่มที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลในระดับต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 : ใช้การทดสอบหาความแตกต่างระหว่างกลุ่มโดยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีของ Scheffe เพื่ออธิบายความแตกต่างของทัศนคติต่อพฤติกรรมจริยธรรมระหว่างกลุ่มที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลในระดับต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 : ใช้การทดสอบหาความแตกต่างระหว่างกลุ่มโดยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีของ Scheffe เพื่ออธิบายความแตกต่างของพฤติกรรมจริยธรรมระหว่างกลุ่มที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลในระดับต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 : ใช้การทดสอบหาความแตกต่างระหว่างกลุ่มโดยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีของ Scheffe เพื่ออธิบายความแตกต่างของพฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง ระหว่างกลุ่มที่มีการเปิดรับสื่อบุคคลในระดับต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 : ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมจริยธรรมตามการรับรู้กับพฤติกรรมจริยธรรม

สมมติฐานที่ 7 : ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมจริยธรรมตามประสบการณ์ตรงกับพฤติกรรมจริยธรรม

สมมติฐานที่ 8 : ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมจริยธรรมตามความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงกับพฤติกรรมจริยธรรม