

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในบทนี้ผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยสำหรับการวิจัยครั้งนี้ อันประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย แบบของการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การดำเนินงานในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวัดตัวแปร การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารเรื่องการทำหมันชายนั้น ได้แก่ ผู้รับบริการทำหมันชาย ที่คลินิกชุมชน ของสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน

ส่วนกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ศึกษาโดยวิธีเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเลือกจากผู้รับบริการทำหมันชายที่คลินิกชุมชน ของสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน ซึ่งได้มารับบริการทำหมันชายระหว่างวันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2528 จนถึงวันที่ 31 มกราคม พ.ศ. 2529 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ ตามเวลาให้บริการของคลินิกชุมชน การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้ตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 205 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการค้นคว้าและตัดแปลงจากเอกสารรายงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา และสอดคล้องกับแนวความคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้มีลักษณะเป็นทั้งปลายเปิดและปลายปิด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ และสังคม รวมทั้งวิธีการคุมกำเนิดที่เคยใช้

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารเรื่องทั่วไป ได้แก่ ความบ่อยครั้ง/ระยะเวลาในแต่ละวัน ของการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภท และความบ่อยครั้ง/ระยะเวลาในแต่ละวัน ในการพูดคุยกับสื่อบุคคลต่าง ๆ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสารเรื่องการทำหมันชาย ได้แก่

- แหล่งข่าวสารเรื่องการทำหมันชาย
- ความถี่/ระยะเวลาการเปิดรับสื่อมวลชนเรื่องการทำหมันชาย
- ความถี่/ระยะเวลาการพูดคุยกับสื่อบุคคลเรื่องการทำหมันชาย
- ลักษณะและความสัมพันธ์ต่อกัน ของบุคคลที่พูดคุยด้วย เรื่องการทำหมันชาย
- การเคยรับข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับการทำหมันชาย, ความคิดเห็นต่อข่าวสารนั้น ๆ และสื่อที่ให้ข่าวสารนั้น ๆ
- สื่อที่มีอิทธิพลในการจูงใจให้รับบริการทำหมันชาย

การทดลองใช้แบบสอบถาม

แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นจะได้รับการทดลองใช้ก่อนเก็บข้อมูลจริง เพื่อตรวจสอบว่าภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามนั้น ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความเข้าใจและตอบได้ตรงตามความหมายที่ผู้วิจัยตั้งใจไว้หรือไม่ มีอุปสรรคอย่างไรบ้าง หลังจากนั้นก็นำมาปรับ แก้ไข เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความเที่ยงตรงในการวัด (Validity) และความเชื่อถือได้ในการวัด (Reliability) มากที่สุด การทดสอบแบบสอบถามนี้ นำไปทดสอบกับผู้รับบริการทำหมันชายที่คลินิกชุมชน ของสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน ตั้งแต่วันที่ 16-21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2528 จำนวน 20 ราย

การดำเนินการในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้มีจดหมายขออนุญาตและขอความร่วมมือจากบัณฑิตวิทยาลัย ไปยังผู้อำนวยการสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน และหลังจากได้รับอนุญาตแล้วจึงเริ่มเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยมีผู้ช่วยสัมภาษณ์เป็นนักศึกษาปริญญาตรีมาช่วยในการสัมภาษณ์ ผู้ช่วยสัมภาษณ์เหล่านี้จะได้รับการแนะนำและอบรมเกี่ยวกับแบบสอบถาม จนมีความเข้าใจดี การเก็บข้อมูลจะทำทุกวันจันทร์-ศุกร์ ตามเวลาให้บริการของคลินิกชุมชน

การวัดตัวแปร

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์ในการวัดตัวแปรไว้ดังต่อไปนี้

การให้ความรู้เรื่องการทำหมันชายและการจูงใจ

การวัด โดยให้ผู้ตอบระบุว่า เขาเคยได้รับข่าวสารเรื่องการทำหมันชายจากสื่อใดบ้าง และเขาคิดว่า สื่อใดมีอิทธิพลในการจูงใจให้เขายอมรับการทำหมันชาย

- ถ้าเป็นวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เอกสารเผยแพร่การทำหมันชาย และโปสเตอร์ ถือว่าเป็นสื่อมวลชน
- ถ้าเป็นบิดามารดา, ภรรยา, ญาติพี่น้อง, เพื่อน (เพื่อนบ้าน, เพื่อนร่วมงาน), แพทย์/เจ้าหน้าที่วางแผนครอบครัวและผู้ที่ทำหมันชายแล้ว ถือว่าเป็นสื่อบุคคล

ระดับของความผูกพัน

การวัด โดยให้ผู้ตอบบอกถึงความสัมพันธ์ของบุคคล ที่เคยพูดคุยด้วยเรื่องการทำหมันชายว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร เป็นบิดามารดา, ภรรยา, ญาติพี่น้อง, เพื่อน (เพื่อนบ้าน, เพื่อนร่วมงาน), แพทย์/เจ้าหน้าที่วางแผนครอบครัว, ผู้ที่ทำหมันชายแล้ว

จัดเป็นค่าคะแนนของความสัมพันธ์ ดังนี้

บิดามารดา, ภรรยา	3	คะแนน
ญาติพี่น้อง, เพื่อน (เพื่อนบ้าน, เพื่อนร่วมงาน)	2	คะแนน
แพทย์/เจ้าหน้าที่วางแผนครอบครัว, ผู้ที่เคยทำหมันชายแล้ว	1	คะแนน

สาเหตุที่จัดให้ญาติและเพื่อนอยู่ด้วยกัน เพราะลักษณะของบุคคลทั้งสองคนนี้ก็คล้ายคลึงกัน คือ ญาติมีทั้งที่สนิทและไม่สนิท เพื่อนก็มีทั้งที่สนิทและไม่สนิท และจากการวิจัยเรื่องการวางแผนครอบครัวที่ผ่านมา ญาติพี่น้องและเพื่อนเป็นผู้ที่ให้ข่าวสารเรื่องการวางแผนครอบครัวมากที่สุดเหมือนกัน

จากนั้นก็เป็นการถามถึงความสนิทหรือไม่สนิทกับบุคคลดังกล่าว โดยให้ค่าคะแนนคือ

สนิทมาก	3	คะแนน
สนิทปานกลาง	2	คะแนน
สนิทน้อย	1	คะแนน
ไม่สนิท	0	คะแนน

และเมื่อรวมค่าคะแนนทั้งสองหมวดเข้าด้วยกัน ก็จะเป็นค่าของระดับความผูกพันต่อกันของผู้รับบริการทำหมันชายกับบุคคลที่พูดคุยด้วย เรื่องการทำหมันชาย เกณฑ์ให้คะแนนสำหรับการวัดตัวแปรนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การให้คะแนนระดับความผูกพันของ ธารินี รอดุสน (25: 32-33) ซึ่งศึกษาเรื่องของการสื่อสารเพื่อการเจริญพันธุ์ : ศึกษาเฉพาะกรณีสตรีที่มีบุตรยาก" เนื่องจากเป็นการศึกษาในเรื่องของการวางแผนครอบครัวเช่นเดียวกัน

ถ้ารวมคะแนนได้ 4-6 คะแนน แสดงว่ามีความผูกพันอย่างใกล้ชิด

ถ้ารวมคะแนนได้ 1-3 คะแนน แสดงว่ามีความผูกพันอย่างผิวเผิน

การเปิดรับสื่อมวลชน เรื่องทั่วไป

การวัด โดยการหาปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนทุกประเภท ในเรื่องนอกเหนือจากการทำหมันชาย ซึ่งได้จากความบ่อยครั้งและระยะเวลาโดยเฉลี่ยในแต่ละวันของการเปิดรับ การให้คะแนนความบ่อยครั้งของการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภทมีดังนี้

ทุกวัน	3	คะแนน
เกือบทุกวัน	2	คะแนน
นาน ๆ ครั้ง	1	คะแนน
ไม่เคยเปิดรับเลย	0	คะแนน

ส่วนคะแนนของระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเปิดรับแต่ละวัน มีดังต่อไปนี้

มากกว่า 1 ชั่วโมง	4	คะแนน
41-60 นาที	3	คะแนน
21-40 นาที	2	คะแนน
1-20 นาที	1	คะแนน
ไม่เคยเลย	0	คะแนน

จากนั้นก็นำคะแนน 2 ส่วนนี้มาคูณกัน จะได้ปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภท
ผลรวมของคะแนนปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภทจะเท่ากับปริมาณการ เปิดรับสื่อมวลชน
เรื่องทั่วไปทั้งหมด

การสื่อสารระหว่างบุคคลเรื่องทั่วไป

การวัด โดยการหาปริมาณการสื่อสารระหว่างบุคคลทุกประเภทในเรื่องนอกเหนือจาก
การทำหมันชาย ซึ่งได้จากความบ่อยครั้งและระยะเวลาโดยเฉลี่ยแต่ละวันของการสื่อสาร การ
ให้คะแนนความบ่อยครั้งและระยะเวลาโดยเฉลี่ยแต่ละวันของการสื่อสารระหว่างบุคคลจะเหมือน
กับคะแนนของการหาปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนเรื่องทั่วไป

การแสวงหาข่าวสารเรื่องการทำหมันชายจากสื่อมวลชน

การวัด โดยการหาปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนเรื่องการทำหมันชายทุกประเภท ซึ่ง
ได้จากความบ่อยครั้งและระยะเวลาโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งของการเปิดรับ การให้คะแนนความ
บ่อยครั้งของการเปิดรับสื่อมวลชนเรื่องการทำหมันชายแต่ละประเภทมีดังนี้

ทุกครั้งที่พบ	3	คะแนน
เกือบทุกครั้ง	2	คะแนน
นาน ๆ ครั้ง	1	คะแนน
ไม่เคยเลย	0	คะแนน

ส่วนคะแนนของระยะเวลาโดยเฉลี่ยในการเปิดรับแต่ละครั้ง มีดังต่อไปนี้

มากกว่า 1 ชั่วโมง	4	คะแนน
41-60 นาที	3	คะแนน
21-40 นาที	2	คะแนน
1-20 นาที	1	คะแนน
ไม่เคยเลย	0	คะแนน

จากนั้นก็นำคะแนนสองส่วนนี้มาคูณกัน จะได้ปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนเรื่องการทำ
หมันชายแต่ละประเภท ผลรวมของคะแนนปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละประเภทจะเท่ากับ
ปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนเรื่องการทำหมันชายทั้งหมด

การแสวงหาข่าวสารเรื่องการทำหมันชายจากสื่อบุคคล

การวัด โดยการหาปริมาณการสื่อสารระหว่างบุคคล เรื่องการทำหมันชายทุกประเภท ซึ่งได้จากความบ่อยครั้งและระยะเวลาโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งในการสื่อสาร การให้คะแนนความบ่อยครั้งและระยะเวลาโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งของการสื่อสารระหว่างบุคคล เรื่องการทำหมันชาย จะเหมือนกับคะแนนของการหาปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชน เรื่องการทำหมันชาย

ระดับความคล้ายคลึง

การวัด โดยให้ระบุว่าบุคคลที่เขาพูดคุย เรื่องการทำหมันชายด้วยนั้น มีลักษณะอย่างไร ในด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส จำนวนบุตรที่มีชีวิตอยู่ อาชีพ และการศึกษา จากนั้นจึงนำแต่ละลักษณะมาหาผลต่างของลักษณะระหว่างคู่สื่อสาร เพื่อหาคะแนนความแตกต่างของแต่ละตัวแปร โดยไม่คำนึงถึงเครื่องหมาย ถ้าคะแนนความแตกต่างเป็น 0 แสดงว่ามีความเหมือนกัน ซึ่งหมายถึงว่าผู้รับบริการทำหมันชายกับบุคคลที่เขาพูดคุยด้วยมีความเหมือนกันในแต่ละลักษณะ และถ้าคะแนนความแตกต่างมีค่าตั้งแต่ 1 ขึ้นไป แสดงว่ามีความต่างกัน ซึ่งหมายถึงว่า ผู้รับบริการทำหมันชายกับบุคคลที่เขาพูดคุยด้วยมีความต่างกันในแต่ละลักษณะ

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการวิเคราะห์ที่ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS^X และประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ของสถาบันบริการคอมพิวเตอร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้วิธีการสถิติ หาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูล ลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ และสังคม ตลอดจนพฤติกรรมสื่อสารต่าง ๆ รวมทั้งแหล่งข่าวสารและความคิดเห็นต่อข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับ
2. การทดสอบสมมุติฐาน (Hypothesis Testing) จะทดสอบด้วยการใช้ค่าอัตราส่วนร้อยละและใช้สถิติการหาความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) และใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบสมมุติฐานต่าง ๆ ดังนี้คือ

- สมมุติฐานข้อที่ 1 ใช้ค่าเฉลี่ยของค่าอัตราส่วนร้อยละของสื่อทั้งสองประเภทมาเปรียบเทียบกัน
- สมมุติฐานข้อที่ 2 ใช้ค่าอัตราส่วนร้อยละของสื่อทั้งสองประเภทมาเปรียบเทียบกัน
- สมมุติฐานข้อที่ 3 จะทดสอบด้วยการใช้ค่าอัตราส่วนร้อยละแสดงจำนวนคู่ของการสื่อสารเปรียบเทียบกันระหว่างกลุ่มที่มีระดับของความผูกพันแตกต่างกัน
- สมมุติฐานข้อที่ 4 จะทดสอบด้วยการใช้ค่าอัตราส่วนร้อยละแสดงจำนวนคู่ของการสื่อสารเปรียบเทียบกันระหว่างกลุ่มที่มีระดับของความคล้ายคลึงแตกต่างกัน
- สมมุติฐานข้อที่ 5 จะใช้สถิติการหาความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวน โดยขึ้นอยู่กับระดับของการวัดของแต่ละตัวแปรดังนี้
- ใช้สถิติการหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สำหรับการหาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ รายได้ กับการเปิดรับสื่อมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคล เรื่องทั่วไปและเรื่องการทำหมั้นชาย
 - ใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวในการหาความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพ และการศึกษา กับการเปิดรับสื่อมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคล เรื่องทั่วไปและเรื่องการทำหมั้นชาย

การนำเสนอข้อมูลจากการวิเคราะห์จะได้เสนอในรูปของตารางกิ่งบทความ (Semi-tabular Presentation of Data)