

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารการประหยัด ประโยชน์จากข่าวสาร กับ การซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร” นี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือเพื่อทราบถึงความแตกต่างของสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัดจากสื่อชนิดต่าง ๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล ทักษะในเรื่องประโยชน์จากข่าวสาร กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศของกลุ่มวัยรุ่น โดยมีขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย ดังต่อไปนี้

การวางแผนและการเตรียมการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อ การโน้มน้าวใจ ภาพลักษณ์ส่วนตัว ตลอดจนวัฒนธรรมของกลุ่มวัยรุ่น และปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศ ที่ได้มีผู้ทำการศึกษาวิจัยไว้แล้ว เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนได้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับงานวิจัยครั้งนี้

การเลือกประชากรในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ กลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร อายุในช่วงระหว่าง 15 - 21 ปี ซึ่งมีจำนวนจำแนกตามอายุ ได้ดังนี้

อายุ 15 ปี	จำนวน 87,618 คน
อายุ 16 ปี	จำนวน 91,929 คน
อายุ 17 ปี	จำนวน 91,348 คน
อายุ 18 ปี	จำนวน 89,362 คน
อายุ 19 ปี	จำนวน 91,529 คน
อายุ 20 ปี	จำนวน 92,114 คน
อายุ 21 ปี	จำนวน 93,266 คน
รวม	637,166 คน

จำนวนประชากรซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายรวมทั้งสิ้น 637,166 คน (ข้อมูลจาก สำนักงานสถิติแห่งชาติ ณ เดือนธันวาคม 2539)

กลุ่มตัวอย่าง

ในการกำหนดตัวอย่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งเป็นกลุ่ม (Stratified Random Sampling) ซึ่งเป็นวิธีแบ่งที่แบ่งเป็นพวก หรือเป็นประเภทเสียก่อนแล้วจึงค่อยสุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม หรือแต่ละพวกออกมามากที่สุดหนึ่ง (วิเชียร เกตุสิงห์ : 2537 : 32) ซึ่งจากตารางการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรของ Taro Yamane ได้ระบุไว้ว่ากรณีทีกลุ่มประชากรมีมากกว่า 100,000 คน ไปจนถึงไม่มีกำหนด ให้ตั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 คน (วิเชียร เกตุสิงห์ : 2537 : 33)

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน แบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงอย่างละ 200 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล ดังนี้

- 1) ย่านสยามสแควร์ ได้แก่ ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์ ศูนย์การค้าสยามดิสคัฟเวอรี ร้านค้าบริเวณสยามสแควร์ และศูนย์การค้ามาบุญครอง
- 2) ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า
- 3) ย่านถนนสุขุมวิท ได้แก่ The Emporium, Time Square
- 4) ย่านถนนราชดำริ ได้แก่ เกสรพลาซ่า ศูนย์การค้าเว็ลด์เทรด
- 5) มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และมหาวิทยาลัยรังสิต

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1: กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

สมมติฐานข้อที่ 2 : กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารในเรื่องการประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสาร ในเรื่องการประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

สมมติฐานข้อที่ 3 : การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัด มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัด

ตัวแปรตาม คือ การซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

สมมติฐานข้อที่ 4 : ทักษะเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารในเรื่องการประหยัด มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศ ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

ตัวแปรอิสระ คือ ทักษะเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารในเรื่องการประหยัด

ตัวแปรตาม คือ การซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศ ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษา ค้นคว้าจากตำราและเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งการสอบถามจากผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการวิจัย แบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบ ปลายปิด (close form) เท่านั้น แบบสอบถามที่สร้างขึ้นแบ่งออกเป็น 4 ตอนด้วยกัน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของสถานศึกษา เงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน บุคคลตามที่พักอาศัยด้วย การเป็นเจ้าของในทรัพย์สินประเภทรถยนต์ จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากการรณรงค์ให้ประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทักษะเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารในเรื่องการประหยัด ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศ จำนวน 11 ข้อ

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ในการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อสร้างความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิก่อนที่จะทำการทดสอบในเรื่องการใช้ภาษา โดยนำแบบสอบถาม (Pre-test) กับนิสิตนักศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 15 คน และนักเรียนโรงเรียนสาธิตแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 15 คน ซึ่งมีลักษณะเหมือนกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาหาความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยพิจารณาหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามในส่วนของการเปิดรับข่าวสาร ทักษะเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสาร และการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) (อ้างใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2537)

ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ นั้น ได้เท่ากับ 0.7580 แสดงว่าแบบสอบถามนี้ สามารถนำมาใช้ในการวัด เพราะมีค่าความเชื่อถือได้ อยู่ในเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับได้

ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของทักษะเกี่ยวกับประโยชน์ข่าวสารนั้น ได้เท่ากับ 0.6771 แสดงว่าแบบสอบถามนี้ สามารถนำมาใช้ในการวัด เพราะมีค่าความเชื่อถือได้ อยู่ในเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับได้

ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนของพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ได้เท่ากับ 0.8316 แสดงว่าแบบสอบถามนี้ สามารถนำมาใช้ในการวัด เพราะมีค่าความเชื่อถือได้ อยู่ในเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยออกเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจากนักเรียน นิสิต นักศึกษา จากโรงเรียนและมหาวิทยาลัย ทั้งภาครัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ช่วยตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยรับแบบสอบถามคืนเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามตอบเสร็จทันที

เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร

งานวิจัยในเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารการประหยัด ทักษะเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสาร กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร” มีลักษณะคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งกำหนดให้คะแนนดังนี้

- มากที่สุด ให้คะแนน 5 คะแนน
- มาก ให้คะแนน 4 คะแนน
- ปานกลาง ให้คะแนน 3 คะแนน
- น้อย ให้คะแนน 2 คะแนน
- น้อยที่สุด ให้คะแนน 1 คะแนน

ในแบบวิเคราะห์ตัวแปรดังกล่าว เพื่อศึกษาปริมาณความมากน้อยของแต่ละคำตอบ จากผลรวมของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.49	หมายถึง	มีระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 - 2.49	หมายถึง	มีระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 - 3.49	หมายถึง	มีระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 - 4.49	หมายถึง	มีระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 - 5.00	หมายถึง	มีระดับมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้ คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้การแจกแจงความถี่ แสดงตารางแบบร้อยละและค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับ

- ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของสถานศึกษา เงินที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน บุคคลตามที่พักอาศัยด้วย และการเป็นเจ้าของทรัพย์สินประเภทรถยนต์

- ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ทั้งจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

- ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติในเรื่องประโยชน์จากข่าวสาร

- ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศ

2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ตามสมมติฐานแต่ละข้อ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 : กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ที่แตกต่างกัน

๒) ใช้การทดสอบหาความแตกต่างแบบ T-Test / ANOVA เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสาร

สมมติฐานข้อที่ 2 : กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารในเรื่องการประหยัดในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ที่แตกต่างกัน

☒ ใช้การทดสอบหาความแตกต่างแบบ T-Test / ANOVA เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสาร

สมมติฐานข้อที่ 3 : การเปิดรับข่าวสารในเรื่องการประหยัด มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

☒ ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์

สมมติฐานข้อที่ 4 : ทัศนคติเกี่ยวกับประโยชน์จากข่าวสารในเรื่องการประหยัด มีความสัมพันธ์กับการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยต่างประเทศในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

☒ ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายค่าความสัมพันธ์

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

เมื่อนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างทำการตอบครบทั้งหมดแล้ว จึงนำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการตรวจสอบว่ามีความสมบูรณ์ในความครบถ้วนของข้อมูลหรือไม่

การจัดระเบียบข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้วมีขั้นตอนการดำเนินการกับข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบข้อมูลที่ได้และจัดการให้สมบูรณ์ครบถ้วนและถูกต้อง สำหรับแบบสอบถามชุดใดก็ตาม ถ้าผู้ตอบตอบไม่ครบบริบูรณ์ ให้ถือว่าแบบสอบถามชุดนั้นเป็นแบบสอบถามที่ใช้ไม่ได้ โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบแบบสอบถามด้วยตนเองทุกฉบับ

2. กำหนดรหัสและลงรหัสข้อมูล หลังจากที่ได้ตรวจและแก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้ว โดยคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญด้านการลงรหัสข้อมูล

3. ทำตารางคู่มือ การลงรหัสไว้เป็นเอกสารแสดงลักษณะของข้อมูล เพื่อใช้เกี่ยวกับการแปลผลข้อมูลในภายหลัง

4. ส่งแบบฟอร์มการลงรหัส (Coding Sheet) และคู่มือการลงรหัส ให้ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ช่วยในการวิเคราะห์ ข้อมูลต่อไป