

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง " การเปิดรับสาร การจดจำ และทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร " ได้แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยข้อมูลบุคคลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In Depth Interview) จากฝ่ายผลิตของคลื่นวิทยุเพื่อศึกษาถึงรูปแบบของกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ และ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยอาศัยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการวัดการเปิดรับสาร การจดจำ และทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งดำเนินขั้นตอนดังต่อไปนี้

#### แหล่งข้อมูล

##### 1. ข้อมูลเอกสาร

- 1.1 บทความจากหนังสือพิมพ์ และวารสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเกม และ สื่อวิทยุ
- 1.2 หนังสือเกี่ยวกับสื่อวิทยุ และ การจัดรายการวิทยุรูปแบบต่างๆ รวมทั้งหนังสือเกี่ยวกับการวิจัยเชิงปริมาณ
- 1.3 งานวิจัย และผลวิจัยเกี่ยวกับรายการวิทยุ การจัดระดับความนิยมของการฟังวิทยุ และ อันดับคลื่นวิทยุที่ได้รับความนิยม รวมทั้งปริมาณการใช้จ่ายเงินในสื่อวิทยุ และสื่ออื่นๆ

##### 2. ข้อมูลประเภทบุคคล

##### 2.1 ผู้ผลิตรายการวิทยุเพลงไทยสากล

โดยการสัมภาษณ์ฝ่ายผลิตกิจกรรมเกมของคลื่นที่ได้รับความนิยมสูงสุดในกรุงเทพมหานคร 5 คลื่น คือ คลื่น 88.0 FM., คลื่น 91.5 FM., คลื่น 93.5 FM., คลื่น 104.5 FM. และ คลื่น 106.5 FM. ทำให้ทราบถึงรูปแบบของกิจกรรมเกม , แนวคิด และ ความคิดเห็นโดยรวมในการใช้กิจกรรมเกมในทางโฆษณาสินค้ากับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งผู้ผลิตรายการเพลงไทยสากลทั้ง 5 คลื่น ได้แก่

- 1) คุณ เจียรระโน โธ่ประเสริฐ ตำแหน่ง ผู้ผลิตรายการวิทยุ คลื่น 88.0 Radio No Problem : สัมภาษณ์ วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2543
- 2) คุณ วิชิต กวางสบาย ตำแหน่ง ผู้ผลิตรายการวิทยุ คลื่น 91.5 Hot Wave : สัมภาษณ์ วันที่ 23 มกราคม 2543
- 3) คุณ ศิริกาญจน์ วินัยพานิช ตำแหน่ง ผู้ผลิตรายการวิทยุ คลื่น 93.5 Radio Vote Satellite : สัมภาษณ์ วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2543

- 4) คุณ พงศ์นรินทร์ อุลิศ ตำแหน่ง ผู้ผลิตรายการวิทยุ คลื่น 104.5 Channel V FM : สัมภาษณ์ วันที่ 5 มกราคม 2543
- 5) คุณ จันทนา จันทดิษฐ์ ตำแหน่ง ผู้ผลิตรายการวิทยุ คลื่น 106.5 Green Wave : สัมภาษณ์ วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2543

## 2.2 ผู้ฟังกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุเพลงไทยสากล

โดยการตรวจสอบ การเปิดรับสาร การจดจำ และ ทัศนคติ ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อกิจกรรมเกม และการสนับสนุนกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุว่า กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจ และ ความคิดเห็นอย่างไร รวมทั้งความชอบ หรือ ไม่ชอบ การใช้กิจกรรมเกมทางรายการวิทยุของเจ้าของสินค้าเพื่อทราบถึงการโฆษณาสินค้าในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุของสินค้าต่าง ๆ นั้นมีประสิทธิผลต่อผู้บริโภคมากเพียงใด

### ประชากรที่ใช้ในการสำรวจ

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ วัยรุ่นอายุระหว่าง 12 - 25 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,216,503 คน (ข้อมูลจาก สถิติประชากร จากการทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2541 : กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย )

### กลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นทั้งชาย และ หญิง อายุระหว่าง 12 - 25 ปีที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งหมด 1,216,503 คนนั้นได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรสำเร็จของ Taro Yamane (อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์ , 2537)

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

N	คือ	จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร
n	คือ	จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
e	คือ	ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้

โดยให้ค่าความน่าเชื่อถือของการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 95 % ยอมรับให้เกิดความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5 % จึงได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399.98 หรือ ประมาณ 400 คน

## การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. วิธีสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการสุ่มเขตมาจำนวน 1 ใน 4 ของเขตทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร เท่ากับ 13 เขต จากทั้งหมด 51 เขต (ที่มา : กองคลังข้อมูล และ สนเทศสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติ) ได้แก่

- |               |                |                |              |
|---------------|----------------|----------------|--------------|
| 1. เขตธนบุรี  | 2. เขตบางรัก   | 3. เขตลาดพร้าว |              |
| 4. เขตพระโขนง | 5. เขตปทุมวัน  | 6. เขตดอนเมือง |              |
| 7. เขตคลองเตย | 8. เขตพญาไท    | 9. เขตจตุจักร  |              |
| 10. เขตสาทร   | 11. เขตบางกะปิ | 12. เขตราชเทวี | 13. เขตดุสิต |

2. วิธีสุ่มแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างเพศชาย และ เพศหญิง อย่างละ 200 คน

3. วิธีการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้เกิดความหลากหลาย และมีการกระจายของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด โดยสุ่มตัวอย่างจากสถานที่ต่างๆอันเป็นแหล่งชุมชนของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา สถาบันกวดวิชา จนครบจำนวนที่ต้องการ

## ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สามารถแจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับสารจากสื่อวิทยุ และกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุต่างกัน

ซึ่งแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

**สมมติฐานที่ 1.1** กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับสารจากสื่อวิทยุต่างกัน

ตัวแปรอิสระ                      ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม                          การเปิดรับสารจากสื่อวิทยุ

**สมมติฐานที่ 1.2** กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับสารจากกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุต่างกัน

**ตัวแปรอิสระ** ลักษณะทางประชากร

**ตัวแปรตาม** การเปิดรับสารจากกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

**สมมติฐานที่ 2** การเปิดรับสารจากสื่อวิทยุและกิจกรรมเกมของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการจดจำชื่อกิจกรรมเกม ชื่อสินค้า และสโลแกนของสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

ซึ่งแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

**สมมติฐานที่ 2.1** การเปิดรับสารจากสื่อวิทยุ มีความสัมพันธ์กับการจดจำชื่อกิจกรรมเกม ชื่อสินค้า และสโลแกนของสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

**ตัวแปรอิสระ** การเปิดรับสารจากสื่อวิทยุ

**ตัวแปรตาม** การจดจำชื่อกิจกรรมเกม ชื่อสินค้า และ สโลแกนของสินค้า

**สมมติฐานที่ 2.2** การเปิดรับสารจากกิจกรรมเกม มีความสัมพันธ์กับการจดจำชื่อกิจกรรมเกม ชื่อสินค้า และสโลแกนของสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

**ตัวแปรอิสระ** การเปิดรับสารจากกิจกรรมเกม

**ตัวแปรตาม** การจดจำชื่อกิจกรรมเกม ชื่อสินค้า และ สโลแกนของสินค้า

**สมมติฐานที่ 3** การเปิดรับสารจากสื่อวิทยุและกิจกรรมเกมของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณา ในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

ซึ่งแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

**สมมติฐานที่ 3.1** การเปิดรับสารจากสื่อวิทยุ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

**ตัวแปรอิสระ** การเปิดรับสารจากสื่อวิทยุ

**ตัวแปรตาม** ทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

**สมมติฐานที่ 3.2** การเปิดรับสารจากกิจกรรมเกม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

**ตัวแปรอิสระ** การเปิดรับสารจากกิจกรรมเกม

**ตัวแปรตาม** ทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ



**สมมติฐานที่ 5.2** การเปิดรับสารจากกิจกรรมเกม และการจดจำชื่อกิจกรรมเกม ชื่อสินค้า และสโลแกนของสินค้า มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

**ตัวแปรอิสระ** การเปิดรับสารจากกิจกรรมเกม และ การจดจำชื่อกิจกรรมเกม ชื่อสินค้าและสโลแกนของสินค้า

**ตัวแปรตาม** ทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกม

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 1. แนวคำถามการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

เพื่อสอบถามถึงรูปแบบ ประโยชน์ วัตถุประสงค์ และ ประสิทธิภาพของการสร้างสรรค์กิจกรรมเกมในแบบต่างๆ รวมถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้ทางคลื่นวิทยุเลือกใช้กิจกรรมเกมทางรายการวิทยุกับสินค้าต่างๆ (ดูคำถามประกอบการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในภาคผนวก)

#### 2. แบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยคำถามชนิดปลายปิด (Close-ended Question) และ ปลายเปิด (Open-ended Question) โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ การศึกษา และ อาชีพ
- ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสารการโฆษณาสินค้าในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ
- ตอนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับการจดจำเกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ
- ตอนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อสินค้าและโฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ
- ตอนที่ 5** คำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการโฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

#### 3. เครื่องบันทึกเทป

### การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

สำหรับการทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ นั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Pre-test) กับกลุ่มวัยรุ่น 12-25 ปี ที่ไม่ได้เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) และเพื่อตรวจตรวจสอบความเข้าใจในเข้าใจในข้อคำถาม และ คำตอบว่า มีความสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาหรือไม่ แล้วจึงทำการปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ตอบสามารถเข้าใจคำถามและตอบได้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา จากนั้นได้ทำการทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ โดยในส่วนของทัศนคติ และการยอมรับ ซึ่งคำตอบเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จึงใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability Coefficient Alpha) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's coefficient) ตามสูตรดังนี้

$$\text{สูตร } \alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum V_i}{V_i} \right)$$

เมื่อ  $\alpha$  = ค่าความเชื่อถือได้  
 $k$  = จำนวนข้อ  
 $V_i$  = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ  
 $V_i$  = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

สำหรับแบบทดสอบที่มีการให้คะแนนแต่ละข้อเป็น 0, 1 คือ ตอบถูกให้ 1 คะแนน และ ตอบผิดให้ 0 คะแนน จะใช้วิธีหาค่าความน่าเชื่อถือด้วยวิธีของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน (Kuder- Richardson's method) ดังสูตรต่อไปนี้

$$r_n = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\bar{X}(k-\bar{X})}{kS^2} \right\}$$

เมื่อ  $r_n$  = ค่าความเชื่อถือ  
 $k$  = จำนวนข้อ  
 $S^2$  = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับจากการทดสอบ  
 $\bar{X}$  = คะแนนเฉลี่ยรวมของทั้งฉบับ

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

### 1. ประเภทกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารเกี่ยวกับรายการกิจกรรมเกมทางวิทยุซึ่งได้จากการสัมภาษณ์คลื่นเพลงไทยสากล ทั้ง 5 คลื่น โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกกิจกรรมเกมที่เริ่มออกอากาศ ตั้งแต่ เดือน มกราคม-มีนาคม 2543 ดังต่อไปนี้

1) คลื่นเพลงที่คัดเลือกมาทั้ง 5 คลื่น เป็นคลื่นที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่นและเน้นการเปิดเพลงไทยสากลเป็นหลัก ซึ่งมีการใช้กิจกรรมเกมในรายการ และ เป็นคลื่นที่ได้รับความนิยมสูงสุดในกรุงเทพมหานคร ( โดยมีการยืนยันจากกาวิจัยของบริษัท ACNielsen (Thailand) จำกัด , 2542 )

2) กิจกรรมเกมในแต่ละคลื่นที่ได้รับการคัดเลือกมีการออกอากาศมาแล้วเป็นเวลานานพอสมควร และ ออกอากาศภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ข้างต้น โดยจะคัดเลือกจากทั้ง 5 คลื่นมาคลื่นละ 3 เกม รวมทั้งสิ้น 15 เกม เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการทำวิจัย

จากเงื่อนไขดังกล่าวสามารถคัดเลือกรายชื่อกิจกรรมเกมจากคลื่นที่เน้นการเปิดเพลงไทยสากลเป็นหลักได้ดังนี้

#### 1. 88.0 FM. Radio No Problem

รายชื่อเกมที่ได้รับการคัดเลือก

- เกม อิเลคทริก ฟัน (Electric Fun)
- เกม พีทีที ซูเปอร์ ไฮสปีด (PTT Super High Speed)
- เกม พอร์ทเทรต ออฟ บิวตี้ (Portrait of Beauty)

#### 2. 91.5 FM. Hot Wave

รายชื่อเกมที่ได้รับการคัดเลือก

- เกม โอวัลติน บีควิก แอนด์ คูล (Ovaltine Be quick and cool)
- เกม แฮปปี้ เอฟเวอรี่แวร์ (Happy Everywhere)
- เกม แมค คริสป์ ไนน์ (Mc Crispy)

#### 3. 93.5 FM. Radio Vote Satellite

รายชื่อเกมที่ได้รับการคัดเลือก

- อินไซด์ เจาะแจ๊ะ เกม (Inside Jor Jae Game)
- เกม ไฮด์ แอนด์ ซีค (Hide and Seek)
- เกม พัชเชิล โฟน (Puzzle Phone)



## 4. 104.5 FM. Channel V FM.

รายชื่อเกมที่ได้รับการคัดเลือก

- เกม พีซีที คิวสแมน (PCT Quiz man)
- เกม มอร์ แอนด์ มอร์ (More and More)
- เกม เวน ยู โนว์ (When you know)

## 5. 106.5 FM. Green Wave

รายชื่อเกมที่ได้รับการคัดเลือก

- เกม มามา เกส แอนด์ เก็ท (Mama Guess & Get)
- โซนี่เอ็มดี เดอะ โมเดิร์น มิวสิค เกม (Sony MD The modern music Game)
- คาลเท็กซ์ เซฟวิ่ง เกม (Caltex Saving Game)

## 2. ประเภทบุคคล

## 2.1 เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อสอบถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากคลื่นทั้ง 5 คลื่น โดยเลือกสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการ (Producer) ในแต่ละคลื่น ผู้วิจัยเริ่มทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 5 มกราคม – 19 กุมภาพันธ์ 2543

2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยเริ่มทำการเก็บข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม – 17 มีนาคม 2543

## เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปรดังต่อไปนี้

## 1. การเปิดรับข่าวสารมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

## 1.1 ความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อวิทยุ (โดยเฉลี่ย)

ไม่เคยเลย	1	คะแนน
น้อยกว่า 1 วันต่อ / สัปดาห์	2	คะแนน
1-3 วัน / สัปดาห์	3	คะแนน
4 - 6 วัน / สัปดาห์	4	คะแนน
ทุกวัน	5	คะแนน

## 1.2 การใช้เวลาในการเปิดรับวิทยุในแต่ละวัน (โดยเฉลี่ย)

น้อยกว่า 30 นาที	1	คะแนน
30 นาที - 1 ชั่วโมง	2	คะแนน
1 - 3 ชั่วโมง	3	คะแนน
3 - 5 ชั่วโมง	4	คะแนน
มากกว่า 5 ชั่วโมง	5	คะแนน

นำคะแนนรวมที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วนำไปแปลค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนระหว่าง	3.68 - 5.00	การเปิดรับสารอยู่ในระดับสูง
คะแนนระหว่าง	2.34 - 3.67	การเปิดรับสารอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง	1.00 - 2.33	การเปิดรับสารอยู่ในระดับต่ำ

## 1.3 ความบ่อยครั้งในการได้อินกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

น้อยครั้งมาก	1	คะแนน
บางครั้ง	2	คะแนน
ทุกวันที่ฟัง	3	คะแนน
ทุกครั้งที่ฟัง	4	คะแนน

## 1.4 การใช้เวลาในการฟังกิจกรรมเกม โดยส่วนมาก

พอรู้ว่าเป็นเกมก็เปลี่ยน	1	คะแนน
ฟังแค่ช่วงแรกของเกม	2	คะแนน
ประมาณครึ่งเกม	3	คะแนน
ฟังจนจบ	4	คะแนน

นำคะแนนรวมที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วนำไปแปลค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนระหว่าง	3.01 - 4.00	การเปิดรับสารอยู่ในระดับสูง
คะแนนระหว่าง	2.01 - 3.00	การเปิดรับสารอยู่ในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง	1.00 - 2.00	การเปิดรับสารอยู่ในระดับต่ำ

## 2. การจดจำเกี่ยวกับสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ตอบไม่ถูก	0	คะแนน
ตอบถูก	1	คะแนน

นำคะแนนรวมที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วนำไปแปลค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนนระหว่าง 2.01-3.00	แสดงว่า	มีการจดจำในระดับสูง
คะแนนระหว่าง 1.01-2.00	แสดงว่า	มีการจดจำในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง 0.00-1.00	แสดงว่า	มีการจดจำในระดับต่ำ

## 3. ทักษะการจดจำสินค้าและการโฆษณาสินค้าในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
เฉยๆ	3	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน

นำคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับทัศนคติเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ทัศนคติในแง่บวก	3.68 – 5.00	คะแนน
ทัศนคติที่เป็นกลาง	2.34 – 3.67	คะแนน
ทัศนคติในแง่ลบ	1.00 – 2.33	คะแนน

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

### 1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method)

#### 1.1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth Interview)

เพื่ออธิบายคำตอบของแนวคำถามแบบเจาะลึกที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตรายการเพลงทางวิทยุของคลื่นต่างๆเกี่ยวกับรูปแบบของกิจกรรมเกม แนวความคิดสร้างสรรค์ วัตถุประสงค์ และ ความสัมพันธ์ของรูปแบบเกม และ สินค้าที่สนับสนุนกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

## 2. การวิเคราะห์เชิงสถิติ

การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

- เพื่ออธิบายถึงลักษณะของข้อมูลที่แตกต่างกัน คือ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ การเปิดรับสาร การจดจำทัศนคติ และข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการโฆษณาสินค้าในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ โดยการแสดงค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

- เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 กลุ่มวัยรุ่นที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับสารจากสื่อวิทยุ และกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุต่างกัน

วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติ t-test, One-way ANOVA และ Multiple Comparison

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับสารจากสื่อวิทยุ และกิจกรรมเกมของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการจดจำชื่อกิจกรรมเกม ชื่อสินค้า และสโลแกนของสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

วิเคราะห์โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

(Pearson's product moment correlation coefficient)

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับสารจากสื่อวิทยุ และกิจกรรมเกมของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

วิเคราะห์โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

(Pearson's product moment correlation coefficient)

สมมติฐานข้อที่ 4 การจดจำชื่อกิจกรรมเกม ชื่อสินค้า และ สโลแกนของสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมของกลุ่มวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

วิเคราะห์โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

(Pearson's product moment correlation coefficient)

**สมมติฐานข้อที่ 5** การเปิดรับสารจากสื่อวิทยุและกิจกรรมเกม และการจดจำชื่อกิจกรรมเกม ชื่อสินค้า และ สโลแกนของสินค้า มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสินค้าที่โฆษณาสินค้า ในกิจกรรมเกมทางรายการวิทยุ

วิเคราะห์โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ

( Multiple Correlation coefficient )

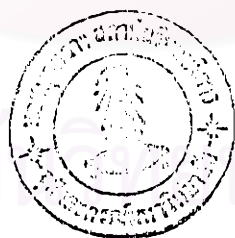
### การประมวลผลข้อมูล

หลังการเก็บแบบสอบถามครบถ้วนตามจำนวนแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องของชุดข้อมูลทั้งหมด
2. ทำการลงรหัสข้อมูล (Coding)
3. นำข้อมูลที่ได้จากการลงรหัสไปวิเคราะห์ และ ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ

### การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลมีการจัดทำเป็นตาราง โดยอธิบายข้อมูลจากตาราง และ การทดสอบสมมติฐาน ซึ่งอภิปรายโดยอาศัยตรรกะ การอ้างอิงจากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทำการสรุปด้วยการให้ข้อเสนอแนะ ทั้งข้อเสนอแนะทั่วไปเกี่ยวกับแนวทางการสร้างสรรค์รูปแบบการโฆษณาสินค้าในกิจกรรมเกมทางวิทยุ และ ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในโอกาสต่อไป



สถาบันส่งเสริมบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย