

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาการขยายตัวของนิตยสาร"ทางเพศ" 3 เล่ม รวมทั้งเพื่อศึกษานโยบายการบริหาร กระบวนการผลิต รูปแบบการนำเสนอ การตลาด และการจัดจำหน่าย เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการใช้นิตยสาร"ทางเพศ" ของผู้อ่าน เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อของผู้อ่าน รวมทั้งศึกษาเปรียบเทียบถึงความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสาร"ทางเพศ" ของผู้อ่าน โดยมีวิธีการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสาร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารจากหนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์ และงานวิจัย รวมทั้งใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก( Depth Interview )ผู้ผลิตทั้ง 3 บริษัท และบริษัทจัดจำหน่าย ช่วงพ.ศ. 2539 เพื่อทราบถึงการขยายตัวของนิตยสาร"ทางเพศ" ทั้ง 3 เล่ม เพื่อทราบถึงนโยบายการบริหาร กระบวนการผลิต รูปแบบการนำเสนอ การตลาด และการจัดจำหน่าย

2. การสัมภาษณ์เจาะลึก( Depth Interview ) ราชบุคคล กลุ่มนักวิชาการ ประมาณ 5 คน และกลุ่มผู้อ่านประมาณ 6 คน เพื่อศึกษาสภาวะแวดล้อม ลักษณะสังคม วัฒนธรรม เสรีภาพทางเพศ เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี รวมทั้งสภาวะผู้อ่าน ได้แก่ ค่านิยม ทักษะคิด แรงจูงใจ พฤติกรรมการอ่าน และความพึงพอใจ

3. การสำรวจทางไปรษณีย์( Mail Survey ) โดยการส่งแบบสอบถามไปยังสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการเลือกแบบแบ่งชั้น( Stratified Random Sampling )และแบบง่ายโดยการจับฉลากสมาชิกทั้ง 3 เล่ม

#### ประชากรในการวิจัย

แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. บริษัทผู้ผลิตนิตยสาร"ทางเพศ" Penthouse Face และ Max

2. สมาชิกผู้อ่านนิตยสาร “ทางเพศ” Penthouse Face Max เฉพาะในกรุงเทพมหานคร
3. กลุ่มนักวิชาการด้านสังคมวิทยา และจิตวิทยา

### กลุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างและขนาดตัวอย่าง ได้แก่

1. กลุ่มตัวอย่างสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก( Depth Interview ) กลุ่มผู้ผลิต 3 บริษัท และบริษัทจัดจำหน่าย

1.1 เจ้าของนิตยสาร Penthouse	นางวนิดา	วรรณศิริกุล
1.2 บรรณาธิการจัดการนิตยสาร Penthouse	นางสาวอณิชา	สวัสดิบุญหนา
1.3 เจ้าของและบรรณาธิการนิตยสาร Face	นายภาคภูมิ	ทองแก้ว
1.4 ผู้ช่วยผู้อ่านรายการฝ่ายศิลป์นิตยสาร Face	นายสุวิทย์	กิจสวาท
1.5 เจ้าของนิตยสาร Max	นายชัชพงษ์	โสภณ
1.6 ช่างภาพนิตยสาร Max	นายพงษ์	โสภณ
1.7 สไตลิสต์นิตยสาร Face ,Max	นายโหน่ง	วิทยา
1.8 เจ้าของบริษัท เพ็ญบุญ จัดจำหน่าย	นายอภิชาติ	ธำรงค์ธัญลักษณ์
1.9 ผู้จัดการฝ่ายการตลาดบริษัท ธนบรรณ จัดจำหน่าย	นายศิริศักดิ์	ศิริไพศาล
1.10 เจ้าของบริษัท นานาสาส์น จัดจำหน่าย	นางกาญจนา	มั่งมี

2. การสัมภาษณ์เจาะลึก( Depth Interview )กลุ่มนักวิชาการประมาณ 5 คน อาทิ ผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมวิทยา และจิตวิทยา เป็นต้น

2.1	ดร.วัลลภ	ปิยะมโนธรรม	ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา
2.2	ศ.ดร.นพ.วิทยา	นาควัชระ	ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา
2.3	รศ.อาหาร	พุ่มธรรมสาร	ผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมวิทยา
2.4	รศ.ดร.สุพิศรา	สุภาพ	ผู้เชี่ยวชาญด้านสังคมวิทยา
2.5	ผศ.ดร.กาญจนา	แก้วเทพ	ผู้เชี่ยวชาญด้านพหุมิติศาสตร์

3. การสำรวจทางไปรษณีย์ ( Mail Survey ) สมาชิกนิตยสาร "ทางเพศ" ทั้ง 3 เล่ม กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง อ้างจากตาราง Yamane โดยใช้ค่าใกล้เคียงขนาดประชากรจำนวน 15,000 คน ความคลาดเคลื่อน 5 เปอร์เซ็นต์ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 390 ตัวอย่าง

3.1	สมาชิก Penthouse	จำนวน 8,000 คน
3.2	สมาชิก Face	จำนวน 1,000 คน
3.3	สมาชิก Max	จำนวน 4,000 คน

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

1. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น ( Stratified Random Sampling ) โดยแบ่งตามสัดส่วนที่เป็นจริง เพื่อเลือกตัวอย่างสมาชิกทั้ง 3 เล่ม แบ่งเป็น 3 กลุ่ม แล้วเทียบสัดส่วนจากประชากรทั้งหมด

สมาชิกนิตยสาร "ทางเพศ"	จำนวน	กลุ่มตัวอย่าง
Penthouse	8,000	240
Face	1,000	30
Max	4,000	120
รวม	13,000	390

2. ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยการจับฉลากตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเล่ม กลุ่มตัวอย่าง Penthouse 240 ตัวอย่าง Face 30 ตัวอย่าง และ Max 120 ตัวอย่าง

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวผู้ทำวิทยานิพนธ์
2. ผู้ช่วย 1 คน
3. การเก็บข้อมูลจากเจ้าของนิตยสาร"ทางเพศ" , บรรณาธิการจัดการและบริษัทจัดจำหน่าย ใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก( Depth Interview ) ประกอบด้วยประเด็นคำถาม ดังนี้ คือ
  - 3.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ เช่น เพศ อายุ ตำแหน่งการทำงาน
  - 3.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการขยายตัวของนิตยสาร "ทางเพศ" นโยบายการบริหาร กระบวนการผลิต รูปแบบการนำเสนอ การตลาดและการจัดจำหน่ายของนิตยสาร"ทางเพศ" ทั้ง 3 เล่ม
4. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกของนิตยสาร"ทางเพศ" ทั้ง 3 เล่ม ประกอบด้วย
  - 4.1 ข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ส่วนตัว/เดือน
  - 4.2 การใช้สู่นิตยสาร"ทางเพศ"ของสมาชิกชาย หญิง ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการใช้สู่อ่าน
  - 4.3 พฤติกรรมการซื้อนิตยสาร"ทางเพศ"ของสมาชิกชาย หญิง ได้แก่ จำนวนเล่มที่ซื้อ สถานที่ซื้อ
  - 4.4 ความพึงพอใจที่ได้รับจากนิตยสาร"ทางเพศ"ของสมาชิกชาย หญิง เช่น ความอยากรู้ อยากเห็น คลายเครียด แก่หงาและว่าห่วย ความต้องการทางเพศ ความเป็นคนร่วมสมัย สะสม และความรู้ ฯลฯ

## ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

1. แบบสัมภาษณ์เจาะลึก( Depth Interview ) เมื่อสร้างขึ้นมาแล้ว ได้นำมาปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นได้นำไปทดสอบ จำนวน 5 ชุด แล้วทำการแก้ไข ปรับในเรื่องของภาษาและเรียงลำดับประเด็นสำคัญๆ เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้
2. แบบสอบถามสำรวจทางไปรษณีย์( Mail Survey ) ได้ทำการศึกษา และค้นคว้าจากงานวิจัยรวมทั้งเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องและมีการนำไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ พร้อมทั้งได้นำแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ไปทดสอบกับผู้อ่านในกรุงเทพมหานคร แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขคำภาษาไทยให้เข้าใจง่าย และลำดับข้อที่สำคัญๆ ให้ตรงตามกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้

## ตัวแปรอิสระ

ลักษณะทางประชากร อาทิ เพศ อายุ การศึกษา รายได้

## ตัวแปรตาม

การใช้สื่อ ความพึงพอใจ

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บและรวบรวมข้อมูล เริ่มทำในช่วงเวลาตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2539 ไปจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2540 โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นมาจากตัวแปรที่อยู่ในขอบข่ายของงานวิจัย

## เกณฑ์ในการวัดและให้คะแนนตัวแปร

วัดจากคำตอบแบบมาตราส่วน 5 ระดับ

### 1. คะแนนเกี่ยวกับการใช้สื่อ

มากกว่า 7 ครั้งต่อเดือน	5 คะแนน
6-5 ครั้งต่อเดือน	4 คะแนน
4-3 ครั้งต่อเดือน	3 คะแนน
2-1 ครั้งต่อเดือน	2 คะแนน
1 ครั้งต่อสัปดาห์	1 คะแนน

### 2. คะแนนเกี่ยวกับเวลาที่อ่าน

40 นาทีขึ้นไป	5 คะแนน
มากกว่า 30-40 นาที	4 คะแนน
มากกว่า 20-30 นาที	3 คะแนน
มากกว่า 10-20 นาที	2 คะแนน
1-10 นาที	1 คะแนน

### 3. คะแนนเกี่ยวกับความพึงพอใจ

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

#### การจัดกลุ่มคะแนนตัวแปร

โดยการใช้ผลรวมและผลต่างของค่าเฉลี่ย และครึ่งหนึ่งของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาเป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มตัวแปร เช่น การใช้สื่อ ความพึงพอใจ โดยจำนวนประชากรที่อยู่ในช่วงมากกว่า  $\bar{x} + 0.5 (sd)$  คือ สูง ระหว่าง  $\bar{x} + 0.5 (sd)$  คือ กลาง น้อยกว่า  $\bar{x} - 0.5 (sd)$  คือ ต่ำ

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งโดยการพิจารณาตามความเหมาะสมทางลักษณะข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาการขยายตัวของสื่อวิทยุสาร "ทางเพศ" มีความสัมพันธ์กับสภาวะแวดล้อมและผู้อ่าน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาตีความ
2. ศึกษานโยบายการบริหาร กระบวนการผลิต รูปแบบการนำเสนอ การตลาดและการจัดจำหน่าย วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาตีความ
3. อธิบายและเปรียบเทียบการใช้สื่อวิทยุสาร "ทางเพศ" วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาตีความ

4. อธิบายและเปรียบเทียบพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าสาร"ทางเพศ" วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณาคี  
ความ

5. อธิบายและเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อสินค้าสาร"ทางเพศ" วิเคราะห์ข้อมูลเชิง  
พรรณาคีความ

**การประมวลผลข้อมูล**

โดยใช้ Program SPSS/PC+ สำหรับการประมวลผลข้อมูล