

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

วิทยานิพนธ์เรื่อง “เรื่องทัศนคติและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand” เป็นการใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ผลศึกษาบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลของการวิจัยเชิงปริมาณสามารถนำมาประกอบการวิเคราะห์ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น มีรายละเอียดในการดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นประชาชนทั่วไปที่รับชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเลือกสุ่มจากประชาชนในพื้นที่ต่างๆ จำนวน 400 ชุด

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่รับชมโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้มีการกำหนดสูตรในการคิดจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างต่อไปนี้ ผู้วิจัยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน (Taro Yamane, อ้างถึง ใน สุทธิคุณ ศรีไสย์, 2551) กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อน .05

วิธีการเก็บตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชาชนทั่วไปที่รับชมรายการในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549, หน้า 74) ซึ่งในสูตรใช้ในการคำนวณดังนี้

สูตรการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างดังนี้ คือ

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ	n	แทน	ขนาดตัวอย่าง
	P	แทน	สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม .50
	Z	แทน	ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 ระดับความเชื่อมั่น 95%
	d	แทน	สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นเท่ากับ .05

แทนค่า

$$n = \frac{(.05)(1-.5)(1.96)^2}{(.05)^2}$$

$$= 384.16$$

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ปรับเป็นจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นเองจากการรวบรวมข้อมูลจากทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาประยุกต์ โดยมีกา

ตรวจสอบความถูกต้องและการให้คำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check-List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการ Masterchef Thailand ดังต่อไปนี้ (เป็นคำถามแบบมีตัวเลือกตอบ) ดังนี้

1. ความถี่ในการรับชมรายการ
2. ระยะเวลาในการเปิดรับชมแต่ละครั้ง
3. ลักษณะในการรับชม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการรับชมรายการ Masterchef Thailand ดังต่อไปนี้

1. ด้านรูปแบบการนำเสนอรายการ
 - ผู้ดำเนินรายการ
 - ผู้เข้าแข่งขันและแขกรับเชิญ
 - บรรยากาศในรายการ
 - รูปแบบการนำเสนอรายการ
2. ด้านเนื้อหารายการ
 - ช่วง Mystery Box Challenge + Elimination Test
 - ช่วง Team Challenge + Pressure Test

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

การแปลความหมายมีเกณฑ์การประเมินผล ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ Masterchef Thailand ดังต่อไปนี้

- ความรู้เพิ่มเติม
- การพัฒนาความคิดของตัวเอง
- สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน
- เรื่องที่ได้ชมไปทดลองและปฏิบัติตาม
- มุมมองและแง่คิดที่เป็นประโยชน์

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับแบบ ดังต่อไปนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
เห็นด้วยมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
เห็นด้วยปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
เห็นด้วยน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
เห็นด้วยน้อยที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน

การแปลความหมายมีเกณฑ์การประเมินผล ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย	การแปลความหมาย
ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถาม ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

กลุ่มประชาชน โดยการเก็บตัวอย่างโดยบังเอิญ (Accident Sampling) ที่รับชมโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 ชุด ในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ในช่วงเวลาดังแต่ 11.00 น. –18.00 น. ระหว่างเดือนพฤษภาคม 2561 – มิถุนายน 2561 จนครบจำนวน 380 ชุด และผู้ศึกษาวิจัยจะรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนทันที ในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อสงสัยหรือไม่เข้าใจในคำถาม ผู้วิจัยจะให้คำชี้แจงแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมดมาคัดเลือกจัดระเบียบ จัดกลุ่มข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลดังนี้

การวิเคราะห์แบบสอบถาม

1. เกณฑ์ในการวิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 1 สามารถจัดช่วงคะแนนเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1 - 5 คะแนนโดยกำหนดในการแบ่งช่วงคะแนนออกเป็น 5 ช่วงได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราภาคขั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จะได้เกณฑ์การวัดระดับคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ช่วงดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มีความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มีความเห็นอยู่ในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีความเห็นระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีความเห็นระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีความเห็นระดับน้อยมาก

1. รวบรวมแบบสอบถามที่ทำการเก็บตัวอย่างและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ประกอบกิจการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ซึ่งได้แก่ การวิเคราะห์หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (T-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVAs (F-test) เพื่อทดสอบ และเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม และกรณีที่มีนัยสำคัญทางสถิติจะทดสอบรายคู่ด้วยวิธีการของเซเชฟเฟ (Secheffe Method)

โดยการวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ Masterchef Thailand ศึกษาถึงปัจจัยทัศนคติและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร หากมีส่วนใดยังไม่สมบูรณ์ผู้วิจัยก็จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ขาดหาย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพิ่มเติมทุกขั้นตอนโดยมีการอ้างอิงถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา และมีการอ้างอิงจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป