

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

รูปแบบการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา การส่งต่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์” เป็นการศึกษาลักษณะ รูปแบบ ของสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ที่เผยแพร่ในสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งต่อในสังคมออนไลน์ของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไป เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และประเมินผล

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. การสำรวจวรรณกรรม โดยศึกษาค้นคว้า และรวบรวมแนวความคิด ข้อมูลต่างๆ จากหนังสือ ตำรา และงานวิจัย เพื่อนำมากำหนดกรอบความคิดในการวิเคราะห์เนื้อหา
2. ศึกษาหาประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. การวิเคราะห์เนื้อหาการรู้เท่าทันสื่อ พฤติกรรมการส่งต่อข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ และรูปแบบและเนื้อหาสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ที่ส่งต่อในสื่อสังคมออนไลน์
4. การเก็บข้อมูลแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง
5. การสรุปผล และวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีในระดับวิทยาลัยหรือมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร ทั้งมหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน ที่สังกัดสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ โดยมีสถานภาพเป็นนักศึกษา ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 673,901 คน ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานคร

เพศ	จำนวน
ชาย	289,324
หญิง	384,577
รวม	673,901

(ที่มา : ข้อมูลสถิติการศึกษา สารสนเทศอุดมศึกษา สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2558).

โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีการสุ่มตัวอย่างนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำนวน 673,901 คน จากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยการเปิดตารางของทาโร่ ยามาเน่ ให้ใช้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N แทน นักศึกษาในระดับปริญญาตรี

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ

ดังนั้น แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{673,901}{1 + 673,901 (0.05)^2}$$

$$n = 399.76$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่างได้จากการคำนวณโดยสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนอย่างน้อย 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้แบบหลายขั้นตอน (Multi- Stage Sampling) โดยในแต่ละขั้นตอนมีวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Random Sampling) โดยมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ทั้งสิ้น 33 แห่ง ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มนักศึกษาของสถาบันรัฐและกลุ่มนักศึกษาของสถาบันเอกชน

2. ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็นโดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Sampling) ใช้การนำมาจับฉลาก โดยเลือกจากของทั้งสถาบันรัฐ และสถาบันเอกชน โดยเลือกสถาบันละ 4 แห่ง รวมเป็น 8 แห่ง โดยมีผลการจับฉลาก ดังนี้

สถาบันของรัฐ

- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

สถาบันของเอกชน

- มหาวิทยาลัยรังสิต
- มหาวิทยาลัยมหานคร
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม

3. ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการกำหนดจำนวนตัวอย่าง ตามมหาวิทยาลัย แบ่งเป็นมหาวิทยาลัยละ 50 คน

4. การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการโดยไม่มีหลักเกณฑ์ กลุ่มตัวอย่างจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลได้โดยการแจกแบบสอบถามตามมหาวิทยาลัยทั้ง 8 สถาบัน จากกลุ่มตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบคำถามปลายเปิด และคำถามปลายปิด ซึ่งประกอบด้วยคำถามวัดตัวแปรต่าง 5 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์เพื่อวัดระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert's rating scale, 1967) โดยการให้คะแนนผู้วิจัยตั้งเกณฑ์การให้คะแนนความเข้าใจ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	การรู้เท่าทันสื่อ	อยู่ในระดับ	มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	การรู้เท่าทันสื่อ	อยู่ในระดับ	มาก
ระดับ 3	หมายถึง	การรู้เท่าทันสื่อ	อยู่ในระดับ	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	การรู้เท่าทันสื่อ	อยู่ในระดับ	น้อย
ระดับ 1	หมายถึง	การรู้เท่าทันสื่อ	อยู่ในระดับ	น้อยที่สุด

โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมาย (Best, John W. 1977) ดังนี้

0.00 – 1.50	การรู้เท่าทันสื่อ น้อยที่สุด
1.51 – 2.50	การรู้เท่าทันสื่อ น้อย
2.51 – 3.50	การรู้เท่าทันสื่อ ปานกลาง
3.51 – 4.50	การรู้เท่าทันสื่อ มาก
4.51 – 5.00	การรู้เท่าทันสื่อ มากที่สุด

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (LINE) เพื่อวัดระดับการส่งต่อของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการให้คะแนนแบบสอบถามเป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert's rating scale, 1967) โดยการให้คะแนนผู้วิจัยตั้งเกณฑ์การให้คะแนนความเข้าใจ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	การส่งต่อ	อยู่ในระดับ	มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	การส่งต่อ	อยู่ในระดับ	มาก
ระดับ 3	หมายถึง	การส่งต่อ	อยู่ในระดับ	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	การส่งต่อ	อยู่ในระดับ	น้อย
ระดับ 1	หมายถึง	การส่งต่อ	อยู่ในระดับ	น้อยที่สุด
ระดับ 0	หมายถึง	การส่งต่อ	อยู่ในระดับ	ไม่ส่งต่อ

โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมาย (Best, John W. 1977) ดังนี้

0.00 – 1.50	การส่งต่อ น้อยที่สุด
1.51 – 2.50	การส่งต่อ น้อย
2.51 – 3.50	การส่งต่อ ปานกลาง
3.51 – 4.50	การส่งต่อ มาก
4.51 – 5.00	การส่งต่อ มากที่สุด

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย และการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย ใช้การตรวจสอบ 3 วิธี คือ

1. ความหมายของความเที่ยงตรงความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปปรึกษากับอาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องการวิจัย การทำแบบสอบถามเชิงสถิติ และอาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญเรื่องพฤติกรรมของวัยรุ่น และได้นำข้อเสนอแนะดังกล่าวมา

ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม เพื่อให้ถูกต้องตามหลักการทำวิจัย และเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

2. การตรวจสอบความเป็นปรนัยเครื่องมือในการวิจัย สามารถตรวจสอบความเป็นปรนัย ได้ ดังนี้

2.1 โดยผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบสำนวนภาษาที่มีความชัดเจนและเหมาะสมกับวัยและระดับความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตลอดจนการตรวจสอบเกณฑ์ในการให้คะแนนและการแปลความหมายของคะแนน

2.2 การทดลองกับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างแล้วสอบถามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามว่าเข้าใจแบบสอบถามชัดเจนหรือไม่

ความเป็นปรนัยเป็นคุณภาพของเครื่องมือที่จำเป็นมาก ทั้งนี้เพราะถ้าไม่มีความเป็นปรนัย กลุ่มตัวอย่างอ่านข้อคำถามแล้วไม่เข้าใจในสำนวนภาษาที่ใช้ ย่อมทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนในคำตอบได้

3. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล งานวิจัย เรื่อง “การรู้เท่าทันสื่อของ นักศึกษากรุงเทพมหานครกรณีศึกษา การส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์”

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยหาค่า Index of item objective ของเครื่องมือวิจัยก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญแตกต่างกัน เพื่อประเมินความสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

และผู้วิจัยได้นำผลของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มาวิเคราะห์หาค่า IOC รายข้อ ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

- | | |
|-------------|--|
| ให้คะแนน +1 | ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ |
| ให้คะแนน 0 | ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์ |
| ให้คะแนน -1 | ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ |

โดยทุกรายการมีค่าคะแนนมากกว่า 0.66 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์การตรวจสอบ

การรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีข้อมูลสำหรับการศึกษาและการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ แบบสอบถาม ที่มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด เพื่อใช้ในการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ การรู้เท่าทันสื่อ และพฤติกรรมการส่งต่อโดยใช้จำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งอื่นๆ โดยการศึกษาจาก หนังสือ เอกสารทางวิชาการเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ การสื่อสาร สื่อสังคมออนไลน์ วิดีโอและภาพยนตร์ และพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น

วิธีที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามในตอนต้นที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าสถิติความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)
2. การวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามในตอนต้นที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อในสังคมออนไลน์ และตอนที่ 4 พฤติกรรมการส่งต่อสื่อวิดีโอและภาพยนตร์ในสื่อสังคมออนไลน์ผ่านเฟซบุ๊ก (Facebook) และไลน์ (LINE) นำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Divasion(S.D))
3. การวิเคราะห์ข้อมูล จากแบบสอบถามในตอนต้นที่ 5 ข้อเสนอแนะ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอในรูปแบบความเรียง
4. การวิเคราะห์ข้อมูล อ่านและแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ t-test, F-test และ Chi-square