บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนาของประชาชนในชุมชนแออัด เขตกรุงเทพมหานคร" เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัย ซึ่งประกอบด้วย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวัดตัวแปรการวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในงานวิจัยนี้ได้แก่ ประชากรในชุมชนแออัดเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากการศึกษาและสำรวจข้อมูลชุมชนแออัดในกรุงเทพมหานคร จาก 38 เขต 2 สาขา พบว่า มีชุมชนแออัดจำนวนรวมทั้งสิ้น 843 ชุมชน จำนวน 145,943 หลังคาเรือน มีจำนวน 207,948 ครอบครัว จำนวนประชากรรวม 1,164,509 คน คิดเป็นร้อยละ 14.56 ของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณจากจำนวนประชากร 1,164,509 คน ต้องการความเชื่อมั่นประมาณ 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% โดยใช้สูตร

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

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร

e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้ (กำหนด = .05)

(อ้างจาก: วิเชียร เกตุสิงห์, 2534)

$$n = \frac{1,164,509}{1+1,164,509(.05)}$$

$$= 398 \text{ คน}$$

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ 400 คน

วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมประชากรในชุมชนแออัดทั่วกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างโดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 แบ่งพื้นที่ทั้ง 38 เขต 2 สาขา ออกเป็น 4 กลุ่มเขต ตามหลักเกณฑ์ของกรุงเทพมหานคร ดังนี้

1. กลุ่มวังหลวง มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ บางรัก บางซื่อ ดุสิต ป้อมปราบศัตรูพ่าย ราชเทวี ปทุมวัน พระนคร สัมพันธวงศ์ พญาไท
2. กลุ่มบูรพา มีทั้งหมด 9 เขต ได้แก่ บางเขน ลาดกระบัง บึงกุ่ม บางกะปิ มีนบุรี หนองจอก จตุจักร ลาดพร้าว ดอนเมือง
3. กลุ่มเจ้าพระยา มีทั้งหมด 10 เขต ได้แก่ สาธร พระโขนง คลองเตย ห้วยขวาง บางคอแหลม ยานนาวา ประเวศ สวนหลวง ดินแดง
4. กลุ่มกรุงธน มีทั้งหมด 12 เขต ได้แก่ คลองสามวา บางขุนเทียน ราษฎร์บูรณะ ตลิ่งชัน บางกอกน้อย บางกอกใหญ่ บางพลัด หนองแขม จอมทอง คลองสาน ธนบุรี

ขั้นตอนที่ 2 เลือกเขตตัวอย่างจากกลุ่มเขตดังกล่าว โดยวิธีสุ่ม (Random Sampling) ได้ดังนี้

1. กลุ่มวังหลวง เขตตัวอย่างคือ ป้อมปราบศัตรูพ่าย
2. กลุ่มบูรพา เขตตัวอย่างคือ บางเขน
3. กลุ่มเจ้าพระยา เขตตัวอย่างคือ ห้วยขวาง
4. กลุ่มกรุงธน เขตตัวอย่างคือ ธนบุรี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างชุมชนแออัดในเขตดังกล่าว โดยสุ่มจากชุมชนแออัดที่มีจำนวนมากกว่า 200 หลังคาเรือนขึ้นไป

กลุ่มตัวอย่างของพื้นที่ในแต่ละชั้นเขต และกลุ่มตัวอย่างของประชาชนในชุมชนแออัดที่ได้สุ่มตัวอย่างมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้คือ

1. กลุ่มวังหลวง : เขตป้อมปราบฯ : ชุมชนมัสยิดมหานาค
2. กลุ่มบูรพา : เขตบางเขน : ชุมชนร่วมใจพัฒนาเหนือ
3. กลุ่มเจ้าพระยา : เขตห้วยขวาง : ชุมชนลาดพร้าว 45, 46
4. กลุ่มกรุงธน : เขตธนบุรี : ชุมชนสองร้อยห้อง

ตารางที่ 1 รายละเอียดจำนวนประชากร ของกลุ่มตัวอย่าง

เขต	ชุมชน	หลังคาเรือน	ครอบครัว	ประชากร	คิดเป็นสัดส่วน
ป้อมปราบฯ	มัสยิดมหานาค	235	420	2,352	2
บางเขน	ร่วมใจพัฒนาเหนือ	550	583	3,265	3
ห้วยขวาง	ลาดพร้าว 45, 46	329	497	2,783	2
ธนบุรี	สองร้อยห้อง	480	550	3,080	3
รวม		1,594	2,050	11,480	

หมายเหตุ: จำนวนประชากรเป็นจำนวนโดยการประเมินของการเคหะแห่งชาติ โดยใช้เกณฑ์ 1 ครอบครัวมีสมาชิก 5.6 คน (ปี พ.ศ.2540)

ตารางที่ 2 รายละเอียดจำนวนและสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

เขต	ชุมชน	สัดส่วน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ป้อมปราบ	มัสยิดมหานาค	2	80
บางเขน	ร่วมใจพัฒนาเหนือ	3	120
ห้วยขวาง	ลาดพร้าว 45, 46	2	80
ธนบุรี	สองร้อยห้อง	3	120
รวม			400

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เนื่องจากในชุมชนแออัดไม่มีการกำหนดเลขที่บ้านอย่างเป็นระบบ และบ้านหนึ่งหลังมักจะอยู่อาศัยมากกว่า 1 ครอบครัว ดังนั้นจึงใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ด้วยการแจกแบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ โดยเลือกสำรวจเพศชายและหญิงจำนวนเท่า ๆ กัน

ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรในการวิจัยแจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ประชาชนในชุมชนแออัดที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ : ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

สมมติฐานที่ 2: ประชาชนในชุมชนแออัดที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ : ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

สมมติฐานที่ 3 : ประชาชนในชุมชนแออัดที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนาแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ : ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม : ค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา

สมมติฐานที่ 4 : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์ กับค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา

ตัวแปรอิสระ : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ตัวแปรตาม : ค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา

สมมติฐานที่ 5 : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา

ตัวแปรอิสระ : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

ตัวแปรตาม : ค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา

สมมติฐานที่ 6 : ความเชื่อถือที่มีต่อสื่อมวลชนกับสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา

ตัวแปรอิสระ : ความเชื่อถือที่มีต่อสื่อมวลชนกับสื่อบุคคล

ตัวแปรตาม : ค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูลในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะศึกษา แบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended questionnaire) และแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended questionnaire) โดยแบ่งโครงสร้างแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนาเดิม ระยะเวลาและสาเหตุที่เข้ามาอยู่ในชุมชน อาชีพ รายได้ ศาสนา รวม 10 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนจาก วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวม 24 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลจากบุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน ผู้นำชุมชนจำนวน 10 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความเชื่อถือที่มีต่อสื่อมวลชนกับสื่อบุคคล จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา จำนวน 8 ข้อ

รวมจำนวนข้อในแบบสอบถามทั้งสิ้น 60 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเรียบร้อยแล้ว ไปทดลองใช้ก่อนเก็บข้อมูลจริง โดยนำแบบสอบถามนี้ไปทดสอบกับประชาชนในชุมชนแออัดในเขตดอนเมือง จำนวน 20 ราย เพื่อทดสอบว่าคำถามแต่ละข้อ แต่ละตอนในแบบสอบถาม สามารถที่จะสื่อความหมายได้ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการหรือไม่ คำถามเหมาะสมหรือไม่ ภาษามีความยากง่ายและเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างหรือไม่

การคำนวณหาความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามนั้นคำนวณเฉพาะในส่วนที่สามารถวัดออกมาได้เป็นคะแนนเท่านั้น สำหรับในส่วนที่เป็นข้อเท็จจริง ได้แก่ ข้อมูลส่วนตัว เพียงแต่แก้ไขปรับปรุงเฉพาะถ้อยคำ และสำนวนที่ใช้ให้สื่อความหมายได้อย่างถูกต้องชัดเจนมากขึ้น

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

การเปิดรับข่าวสาร

เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ใช้สูตร Coefficient alpha ของ Cronbach คือ

$$\alpha = \frac{k}{k-1}\left(1\frac{\Sigma Vi}{Vt}\right)$$

k คือ จำนวนข้อ

Vi คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

Vt คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมแต่ละข้อ

ค่านิยม

เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ใช้สูตร Coefficient Alpha ของ Cronbach เหมือนกับการเปิดรับข่าวสาร คือ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบวัดความเชื่อถือที่มีต่อสื่อมวลชนและสื่อบุคคล (8 ข้อ) = .8718

ผลการคำนวณหาค่าความเชื่อถือได้ของแบบวัดค่านิยม (8 ข้อ) = .7759

เกณฑ์การให้คะแนน

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน/สื่อบุคคล

1.1 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เป็นการวัดความบ่อยครั้ง, ระยะเวลา, ประเภทของเนื้อหา

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

สัปดาห์ละ 6-7 วัน = 5คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารมาก

สัปดาห์ละ 3-5 วัน = 4คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างมาก

สัปดาห์ละ 1-2 วัน = 3คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารปานกลาง

เดือนละ 1-2 ครั้ง = 2คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างน้อย

นานกว่าเดือนละครั้ง = 1คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารน้อยมาก

ไม่เคยฟังเลย = 0คะแนน ไม่เคยเปิดรับข่าวสารเลย

ระยะเวลาจากการเปิดรับข่าวสารจากวิทยุ และโทรทัศน์

มากกว่า 4 ชั่วโมง = 5 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารมาก

มากกว่า 3-4 ชั่วโมง = 4 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างมาก

มากกว่า 2-3 ชั่วโมง = 3 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารปานกลาง

ประมาณ 1-2 ชั่วโมง = 2 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างน้อย

น้อยกว่า 1 ชั่วโมง = 1 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารน้อย

ระยะเวลาจากการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

มากกว่า 40 นาทีขึ้นไป = 5 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารมาก

มากกว่า 25-40 นาที = 4 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างมาก

มากกว่า 10-25 นาที = 3 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารปานกลาง

ประมาณ 5-10 นาที = 2 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างน้อย

น้อยกว่า 5 นาที = 1 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารน้อย

ประเภทของเนื้อหาที่เปิดรับจากสื่อมวลชน วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

ฟัง,ดู,อ่านสัปดาห์ละ 6-7 วัน = 5 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารมาก

สัปดาห์ละ 3-5 วัน = 4 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างมาก

สัปดาห์ละ 1-2 วัน = 3 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารปานกลาง

เดือนละ 1-2 ครั้ง = 2 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างน้อย

นานกว่าเดือนละครั้ง = 1 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารน้อย

ไม่เคยฟัง,ดู,อ่านเลย = 0 คะแนน ไม่สนใจเปิดรับข่าวสารเลย

เกณฑ์การจัดระดับค่าคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

เปิดรับข่าวสารในระดับสูง = 4.51 - 5 คะแนน

เปิดรับข่าวสารในระดับค่อนข้างสูง = 3.51 - 4.50 คะแนน

เปิดรับข่าวสารปานกลาง = 2.51 - 3.50 คะแนน

เปิดรับข่าวสารในระดับค่อนข้างต่ำ = 1.51 - 2.50 คะแนน

เปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ = 0 - 1.50 คะแนน

1.2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล เป็นการวัดความบ่อยครั้ง, ระยะเวลา, ประเภทของเนื้อหา

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากคนในครอบครัว, เพื่อนบ้าน, เพื่อนร่วมงาน กรรมการหรือผู้นำในชุมชน

สัปดาห์ละ 6-7 วัน = 5 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารมาก

สัปดาห์ละ 3-5 วัน = 4 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างมาก

สัปดาห์ละ 1-2 วัน = 3 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารปานกลาง

เดือนละ 1-2 ครั้ง = 2 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างน้อย

นานกว่าเดือนละครั้ง = 1 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารน้อยมาก

ไม่เคยฟังเลย = 0 คะแนน ไม่เคยเปิดรับข่าวสารเลย

ระยะเวลาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

มากกว่า 40 นาทีขึ้นไป = 5 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารมาก

มากกว่า 25-40 นาที = 4 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างมาก

มากกว่า 10-25 นาที = 3 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารปานกลาง

ประมาณ 5-10 นาที = 2 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างน้อย

น้อยกว่า 5 นาที = 1 คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารน้อย

ประเภทของเนื้อหาที่เปิดรับจากสื่อบุคคล

สัปดาห์ละ 6-7 วัน = 5คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารมาก

สัปดาห์ละ 3-5 วัน = 4คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างมาก

สัปดาห์ละ 1-2 วัน = 3คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารปานกลาง

เดือนละ 1-2 ครั้ง = 2คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารค่อนข้างน้อย

นานกว่าเดือนละครั้ง = 1คะแนน มีความสนใจเปิดรับข่าวสารน้อยมาก

ไม่เคยฟังเลย = 0คะแนน ไม่เคยเปิดรับข่าวสารเลย

เกณฑ์การจัดระดับค่าคะแนนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

เปิดรับข่าวสารในระดับสูง = 4.51 - 5 คะแนน

เปิดรับข่าวสารในระดับค่อนข้างสูง = 3.51 - 4.50 คะแนน

เปิดรับข่าวสารปานกลาง = 2.51 - 3.50 คะแนน

เปิดรับข่าวสารในระดับค่อนข้างต่ำ = 1.51 - 2.50 คะแนน

เปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ = 0 - 1.50 คะแนน

2. ความเชื่อถือที่มีต่อสื่อมวลชนกับสื่อบุคคล วัดโดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale ดังนี้

เชื่อถือมากที่สุด = 5 คะแนน

เชื่อถือค่อนข้างมาก = 4 คะแนน

เชื่อถือปานกลาง = 3 คะแนน

เชื่อถือค่อนข้างน้อย = 2 คะแนน

เชื่อถือน้อยมาก = 1 คะแนน

ไม่เชื่อถือเลย = 0 คะแนน

เกณฑ์การจัดระดับความน่าเชื่อถือ

มีความน่าเชื่อถือในระดับสูง = 4.51 - 5 คะแนน

มีความน่าเชื่อถือในระดับค่อนข้างสูง = 3.15 - 4.50 คะแนน

มีความน่าเชื่อถือในระดับปานกลาง = 2.51 - 3.50 คะแนน

มีความน่าเชื่อถือในระดับค่อนข้างต่ำ = 1.51 - 2.50 คะแนน

มีความน่าเชื่อถือในระดับต่ำ = 0 - 1.50 คะแนน

3. ค่านิยม วัดจากการตอบแบบสอบถาม 8 ข้อ โดยใช้มาตราวัดแบบ Rating Scale ประกอบด้วยคำถาม 8 ข้อ โดยให้คะแนนดังนี้

3 คะแนน คือ มีค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนาสูง

2 คะแนน คือ มีค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนาปานกลาง

1 คะแนน คือ มีค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนาต่ำ

เกณฑ์การจัดระดับค่าคะแนนแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

2.50 - 3.00 มีค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนาสูง

1.50 - 2.49 มีค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนาปานกลาง

1.00 - 1.49 มีค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนาต่ำ

4. เกณฑ์การแบ่งระดับค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ใช้เกณฑ์ดังนี้

ต่ำกว่า .20 ระดับต่ำมาก

.20 - .40 ระดับต่ำ

.41 - .60 ระดับปานกลาง

.61 - .80 ระดับสูง

.81 - 1 ระดับสูงมาก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัย จำนวน 4 คน ซึ่งมีการชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยก่อนออกไปเก็บข้อมูลจริง การเก็บข้อมูลทำโดยการสัมภาษณ์ประกอบแบบสอบถาม หรือให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเอง ใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 1 เดือน

การประมวลผลข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วจึงลงรหัส (Coding) จากนั้นบันทึกข้อมูลลงแผ่นดิสก์ (Disk) และนำไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณหาค่าสถิติที่ต้องการ

การวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล โดยนำข้อมูลมาแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) ด้วยวิธีการทางสถิติอนุมาน (Inferential statistics) เพื่อหาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ลักษณะทางประชากรกับค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา ใช้การทดสอบค่าที (t-test) และ ANOVA สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนกับค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา, พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลกับค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา, ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อมวลชนกับสื่อบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับค่านิยมที่เอื้อต่อการพัฒนา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือการหาค่าความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)