

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาเรื่องผลกระทบจากข้อมูลข่าวสารของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการรับรู้ด้านชื่อเสียงขององค์กร ของชาวกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในประเภทการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งจะทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลการรับรู้ของตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับประชากรที่แท้จริง และมีจำนวนมากพอที่จะอนุมานผลการวิจัยไปสู่ประชากรได้ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือโดยจะทำการประมวลและวิเคราะห์การรับรู้ ที่เกิดขึ้น ณ จุดเวลาใดจุดเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นการศึกษาในลักษณะ Cross Sectional แบบ One-Shot Case Study เพราะเป็นการเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว และให้ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้กรอกเอง ผู้ศึกษาได้ดำเนินการ ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ ศึกษาจากประชาชนอายุตั้งแต่ 21 ปี ขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มที่รู้จัก บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

จำนวนประชากร กรุงเทพฯ 5,710,883 คน ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากร ของ กรุงเทพมหานคร ณ เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2551 ลักษณะข้อมูล แยกตามเพศ ชาย 2,722,313 คน หญิง 2,988,570 คน รวม 5,710,883 คน (สำนักทะเบียน กรมการปกครอง, 2552) ในการศึกษาครั้งนี้ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษา มีจำนวน 400 คน ซึ่งขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากตารางการสุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยคำนวณได้จากสูตร ดังนี้

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

เมื่อ e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

สามารถแทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ } e &= 0.05 \text{ และ } N = 5,710,883 \\ n &= \frac{5,710,883}{1 + 5,710,883 (0.05)^2} \\ &= 399.97 \end{aligned}$$

ดังนั้น ประชากรที่ต้องการจะศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยในที่นี้จากการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 399.97 ดังนั้น จึงใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยจะเก็บกลุ่มตัวอย่างจาก 12 เขต จากจำนวนทั้งสิ้น 50 เขต ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจะเป็นขนาดที่สามารถใช้เป็นตัวแทนประชากรกรุงเทพมหานครได้อย่างเพียงพอและเหมาะสม ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบระดับชั้น (Stratified Cluster Sampling) โดยแบ่งพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต ออกเป็น 4 กลุ่มเขตตามเกณฑ์แบ่งของสำนักงานโยธาและแผนกรุงเทพมหานคร ซึ่งประกอบด้วย

เขตเขตกรุงเทพมหานคร	จำนวนประชากร
1. เขตพระนคร	62,966
2. เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย	56,464
3. เขตปทุมวัน	60,275
4. เขตสัมพันธวงศ์	30,088
5. เขตบางรัก	48,506
6. เขตยานนาวา	87,386
7. เขตสาทร	90,937
8. เขตบางคอแหลม	101,862
9. เขตดุสิต	116,742
10. เขตบางซื่อ	145,671
11. เขตพญาไท	76,477
12. เขตราชเทวี	78,147
13. เขตห้วยขวาง	76,948
14. เขตดินแดง	139,322
15. เขตวัฒนา	81,053

เขตกรุงเทพมหานคร	จำนวนประชากร
16. เขตพระโขนง	97,794
17. เขตบางนา	100,474
18. เขตคลองเตย	118,412
19. เขตประเวศ	152,669
20. เขตบางเขน	183,836
21. เขตดอนเมือง	164,570
22. เขตหลักสี่	115,518
23. เขตสายไหม	176,376
24. เขตจตุจักร	165,438
25. เขตบางกะปิ	150,286
26. เขตลาดพร้าว	121,366
27. เขตวังทองหลาง	115,685
28. เขตบึงกุ่ม	147,466
29. เขตหนองจอก	143,675
30. เขตคลองสามวา	149,776
31. เขตมีนบุรี	131,035
32. เขตคันนายาว	85,586
33. เขตลาดกระบัง	147,482
34. เขตสะพานสูง	87,082
35. เขตสวนหลวง	116,067
เขตฝั่งธนบุรีชั้นใน	จำนวนประชากร
36. เขตธนบุรี	129,662
37. เขตคลองสาน	82,824
38. เขตบางกอกน้อย	129,401
39. เขตบางพลัด	103,852
40. เขตบางกอกใหญ่	78,307

เขตฝั่งธนบุรีชั้นนอก	จำนวนประชากร
41. เขตภาษีเจริญ	133,622
42. เขตบางขุนเทียน	145,294
43. เขตจอมทอง	163,846
44. เขตตลิ่งชัน	107,513
45. เขตราษฎร์บูรณะ	92,094
46. เขตหนองแขม	139,585
47. เขตบางแค	193,449
48. เขตทวีวัฒนา	72,026
49. เขตทุ่งครุ	113,008
50. เขตบางบอน	102,963
รวมทั้งสิ้น	5,710,883

ในการเก็บตัวอย่างใช้การเทียบสัดส่วนจากการแบ่งกลุ่มออกเป็น 4 กลุ่มจาก ทั้งหมด 50 เขต ได้จำนวน 12 เขต จากจำนวนทั้งหมด 50 เขต โดยใช้กลุ่มเขตทั้ง 4 กลุ่ม เป็นตัวกำหนด จะได้ สัดส่วนดังนี้

1. กลุ่มเขตกรุงเทพชั้นใน ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 15 เขต ดังนั้นสัดส่วนจึงมีค่าเท่ากับ $(12 \times 15) \div 50 = 3.6$ ฉะนั้นจึงเก็บตัวอย่างในกลุ่มเขตชั้นในกรุงเทพนี้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 4 เขต
 2. กลุ่มเขตกรุงเทพชั้นนอก ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 20 เขต ดังนั้นสัดส่วนจึงมีค่าเท่ากับ $(12 \times 20) \div 50 = 4.8$ ฉะนั้นจึงเก็บตัวอย่างในกลุ่มเขตชั้นนอกกรุงเทพนี้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 5 เขต
 3. กลุ่มเขตฝั่งธนบุรีชั้นใน ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5 เขต ดังนั้นสัดส่วนจึงมีค่าเท่ากับ $(12 \times 5) \div 50 = 1.2$ ฉะนั้นจึงเก็บตัวอย่างในกลุ่มเขตชั้นในกรุงเทพนี้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 1 เขต
 4. กลุ่มเขตฝั่งธนบุรีชั้นนอก ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 10 เขต ดังนั้นสัดส่วนจึงมีค่าเท่ากับ $(12 \times 10) \div 50 = 2.4$ ฉะนั้นจึงเก็บตัวอย่างในกลุ่มเขตชั้นในกรุงเทพนี้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 2 เขต
- ซึ่งเมื่อรวมสัดส่วนทั้ง 4 กลุ่มเขตแล้วจะเท่ากับ $4+5+1+2 = 12$ เขต ครอบคลุมจำนวน ที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยใช้วิธีการจับฉลาก เพื่อให้ได้เขตที่ใช้เป็นตัวแทนในแต่ละกลุ่มเขต ตามสัดส่วนที่คำนวณได้ ดังกล่าว ซึ่งผลการสุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มเขต ได้ดังนี้

1. กลุ่มเขตกรุงเทพชั้นใน ได้ตัวแทน คือ เขตปทุมวัน เขตห้วยขวาง เขตพระนคร เขตดินแดง จำนวน 4 เขตตัวแทน

2. กลุ่มเขตกรุงเทพมหานครชั้นนอก ได้ตัวแทน คือ เขตมีนบุรี เขตบางเขน เขตจตุจักร เขตสวนหลวง เขตหลักสี่ จำนวน 5 เขตตัวแทน

3. กลุ่มเขตฝั่งธนบุรีชั้นใน ได้ตัวแทน คือ เขตคลองสาน จำนวน 1 เขตตัวแทน

4. กลุ่มเขตฝั่งธนบุรีชั้นนอก ได้ตัวแทน คือ เขตตลิ่งชัน เขตบางแค จำนวน 2 เขตตัวแทน

ขั้นตอนที่ 3 พิจารณารายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ซึ่งเป็นตารางสำเร็จรูปสำหรับค่า “n” (n คือจำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง) จากจำนวนประชากรที่ศึกษาทั้งหมด 5,710,883 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน + 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (n) 400 คน ในที่นี้ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และใช้การกำหนดตามสัดส่วน (Proportion Sampling) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้เป็นสัดส่วนกับขนาด (Proportional Stratified Random)

$$n_i = \frac{nN_i}{N}$$

โดยที่ N_i = จำนวนประชากร

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

n_i = ขนาดกลุ่มตัวอย่างในชั้นภูมิที่ 1

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ดังนั้นจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูลในเขตต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 3.1

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อดำเนินการเก็บข้อมูล

เขตการปกครอง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง ตามคำนวณ	กลุ่มตัวอย่าง ที่เก็บจริง
เขตกรุงเทพฯ ชั้นใน			
1. เขตพระนคร	62,966	18.27	18
2. เขตปทุมวัน	60,275	17.27	17
3. เขตห้วยขวาง	76,948	21.55	22
4. เขตดินแดง	139,322	40.13	40

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

เขตการปกครอง	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง ตามคำนวณ	กลุ่มตัวอย่าง ที่เก็บจริง
เขตกรุงเทพฯ ชั้นนอก			
5. เขตมีนบุรี	131,035	43.96	44
6. เขตบางเขน	183,836	63.78	64
7. เขตจตุจักร	165,438	58.64	59
8. เขตสวนหลวง	116,067	40.45	40
9. เขตหลักสี่	115,518	40.79	41
เขตฝั่งธนบุรีชั้นใน			
10. เขตคลองสาน	82,824	5.98	6
เขตฝั่งธนบุรีชั้นนอก			
11. เขตตลิ่งชัน	107,513	14.99	15
12. เขตบางแค	193,449	26.95	27
		รวม	400

ในขั้นสุดท้ายจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่หลากหลายในโดยความบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยจะทำการเก็บข้อมูลตามแหล่งชุมชนที่ประกอบด้วยบุคคลที่หลากหลายในสถานภาพ เช่น ตามศูนย์การค้า ตลาดสด ห้างร้าน สถานที่ราชการ สถาบันการศึกษา และหมู่บ้านต่าง ๆ ซึ่ง จะเก็บให้ครบ 400 ตัวอย่างตามสัดส่วนที่จะเก็บจริงในพื้นที่ของเขตตัวแทนต่าง ๆ ทุกเขต

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียงแตกต่างกัน ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

1.1 เพศ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ เพศ

ตัวแปรตาม คือ ระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

1.2 อายุ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ อายุ

ตัวแปรตาม คือ ระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

1.3 การศึกษา ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ การศึกษา

ตัวแปรตาม คือ ระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

1.4 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ อาชีพ

ตัวแปรตาม คือ ระดับการรับรู้การรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

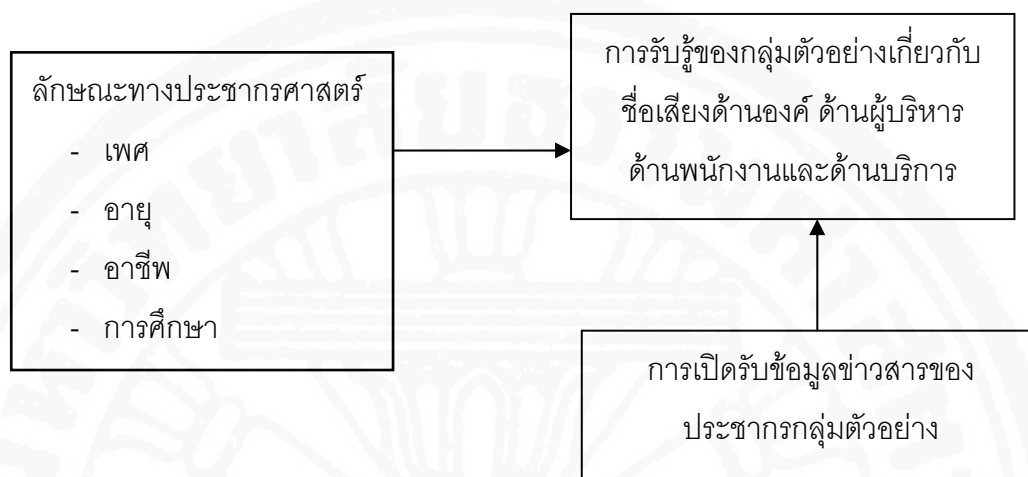
2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ด้านชื่อเสียง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

จากสมมติฐานและการกำหนดตัวแปรตามที่กล่าวมา นำมาเขียนเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้

ภาพที่ 3.1
กรอบแนวคิดทางการศึกษา



เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยจะทำแบบสอบถาม ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open-ended form) และแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close ended form) โดยแบบสอบถามชนิดปลายปิดที่ใช้มี 3 แบบ คือ แบบสำรวจ (Check List) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และแบบจัดอันดับความสำคัญ โดยแบ่งเนื้อหาคำถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้อมูลในเรื่อง เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร และช่องทางในการสื่อสาร ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความถี่ของสื่อที่เปิดรับและข้อมูลที่ได้รับ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ด้านชื่อเสียงที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

การทดสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของแบบสอบถามดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรง ตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปทดสอบ (Pre-Test) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

โดยในแบบสอบถามตอนที่ 3 ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับชื่อเสียงขององค์กร คำตอบจะเป็นแบบ Rating Scale 5 4 3 2 1 ผู้วิจัยทดสอบความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรในการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น คือ สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient)

$$\alpha = \frac{n}{n - 1} \left| \frac{1 - \sum Si^2}{St^2} \right|$$

เมื่อ α แทน สัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

N แทน จำนวนข้อของเครื่องมือวัด

Si^2 แทน คะแนนความแปรปรวนเป็นรายข้อ

St^2 แทน คะแนนความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งฉบับ

การกำหนดค่าความน่าเชื่อถือได้ หากพบค่าอัลฟาตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป กล่าวได้ว่าความเชื่อถือได้ค่อนข้างสูงซึ่งผลการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ Alpha โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ที่มีคุณสมบัติเหมือนกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาและนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่นโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟา (Alpha Coefficient) ของ ครอนบาค (Cronbach) ค่าที่คำนวณได้ คือ 0.786 หมายความว่า เครื่องมือนี้มีค่าความเชื่อถือในระดับที่สามารถยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้จะเป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field data collecting) ซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) และจะทำการเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ซึ่งจะใช้วิธีแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ตามจำนวนที่ระบุไว้ในขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามเอง (Self Administration) แล้วรวบรวมกลับ เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาเรียบร้อยแล้ว ได้นำมาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานการวิจัยใช้วิธีการทางสถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ใช้บรรยายลักษณะทั่วไปทางประชากร รวมถึงการรับรู้ด้านต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้บรรยายภาพลักษณ์ทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

ค่า t (t-test) เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่มที่มีผลต่อความแตกต่างของค่าตัวแปรตาม โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) เพื่อทำการทดสอบความแตกต่างของตัวแปรอิสระที่มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปที่มีผลต่อความแตกต่างของค่าตัวแปรตาม โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปรต่าง ๆ

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชากรกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบเลือกตอบ โดยคำถามอยู่ในตอนที่ 1 ได้แก่ ข้อ 1-4 จำนวน 4 ข้อ
2. ช่องทางและความถี่ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไป โดยคำถามอยู่ตอนที่ 2 ของแบบสอบถาม
3. การรับรู้ด้านชื่อเสียง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งอยู่ในตอนที่ 3 ของแบบสอบถาม

เกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละข้อเป็นดังนี้

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

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการประมวลผลข้อมูล โดยพิจารณาจากคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีการรับรู้ต่อชื่อเสียงของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในลักษณะเห็นด้วยอย่างยิ่ง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีการรับรู้ต่อชื่อเสียงของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในลักษณะเห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีการรับรู้ต่อชื่อเสียงของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในลักษณะปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีการรับรู้ต่อชื่อเสียงของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในลักษณะไม่เห็นด้วย

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีการรับรู้ต่อชื่อเสียงของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในลักษณะไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ผู้ศึกษายังได้สอบถามข้อมูลเป็นคำถามชนิดปลายเปิด (Open-Ended Question) ในส่วนของข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการนำมาปรับปรุงในการจัดการสื่อสารสื่อสารองค์กรต่อไป

ตารางที่ 3.2
สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการวิจัย
สมมติฐานการวิจัย 1.ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียงแตกต่างกัน ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน สมมติฐาน 1.1. เพศ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน สมมติฐานทางสถิติ H_0: เพศ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียงแตกต่างกัน ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน H_1: เพศ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียงแตกต่างกัน ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน	t-Test Independent
สมมติฐาน 1.2. อายุ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน สมมติฐานทางสถิติ H_0: อายุที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน H_1: อายุ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ช่วง	One-Way ANOVA
สมมติฐาน 1.3. การศึกษา ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน สมมติฐานทางสถิติ H_0: การศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน H_1: การศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างน้อย 2 ระดับ	One-Way ANOVA
สมมติฐาน 1.4. อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกัน สมมติฐานทางสถิติ H_0: อาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน H_1: อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ด้านชื่อเสียง ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) แตกต่างกันอย่างน้อย 2 อาชีพ	One-Way ANOVA

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการวิจัย
สมมติฐานการวิจัย 2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สมมติฐาน 2.1 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านองค์กร สมมติฐานทางสถิติ H_0: การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านองค์กร H_1: การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านองค์กร	Pearson Chi-Square
สมมติฐาน 2.2 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผู้บริหาร สมมติฐานทางสถิติ H_0: การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผู้บริหาร H_1: การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านผู้บริหาร	Pearson Chi-Square
สมมติฐาน 2.3 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านพนักงาน สมมติฐานทางสถิติ H_0: การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านพนักงาน H_1: การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ด้านพนักงาน	Pearson Chi-Square

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

[illegible]

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

สมมติฐาน	สถิติที่ใช้ในการวิจัย
สมมติฐาน 2.20 การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สมมติฐานทางสถิติ H_0: การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) H_1: การเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้านชื่อเสียงของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)	Pearson Chi-Square