

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษางานชุมชนสัมพันธ์กับการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)” นี้ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการวิจัยไว้ 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบ่งเป็น 2 กลุ่ม

กลุ่มที่ 1 ผู้นำความคิดเห็นชุมชนท้องถิ่น เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ การดำเนินกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ ประโยชน์และความร่วมมือที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารและการเผยแพร่ข่าวสารระหว่างบริษัทฯ กับประชาชนในชุมชน

กลุ่มที่ 2 บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแผนงานชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ได้แก่ วิชาการผู้จัดการส่วนงานชุมชน/นิติสัมพันธ์ ฝ่ายวิสาหกิจสัมพันธ์และประธานบัตร เพื่อทราบวัตถุประสงค์ เป้าหมายของแผนงานชุมชนสัมพันธ์

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษาเพื่อให้ได้มาข้อมูลสองส่วน ส่วนแรกคือข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และการดำเนินงานชุมชนสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่สองคือภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) โดยแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็น
- 2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับงานชุมชนสัมพันธ์
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัทฯ

ประชากรที่ศึกษา

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

กลุ่มที่ 1 ผู้นำชุมชน

กลุ่มที่ 2 ผู้เกี่ยวข้องกับแผนงานชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

ประชากร (Population) ได้แก่ กลุ่มประชาชนที่อยู่รอบโรงงาน ในเขตตำบลทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี จำนวน 31 ชุมชน ประชากรจำนวนทั้งสิ้น 15,262 คน¹ ดังนี้

1. ชุมชนสะพานสอง
2. ชุมชนเพชรไผ่ทอง
3. ชุมชนคุ้มไผ่ทอง
4. ชุมชนมิตรภาพร่วมใจ
5. ชุมชนหนองผักบุ้ง
6. ชุมชนบ้านโคกพัฒนา
7. ชุมชนดินสอพองพัฒนา
8. ชุมชนหนองบัวบาน
9. ชุมชนสะพานสาม
10. ชุมชนเหนือวัดทับกวาง
11. ชุมชนบ้านใหม่
12. ชุมชนหัววังยาว
13. ชุมชนเทศบาลทับกวาง
14. ชุมชนหมู่บ้านจัดสรรทับกวาง
15. ชุมชนบ้านป่าแดง
16. ชุมชนบ้านโป่งพัฒนา
17. ชุมชนหัวเขาเกตุพัฒนา
18. ชุมชนบ้านใหม่ (ผาเสด็จ)
19. ชุมชนบ้านเขามัน
20. ชุมชนนิคมพัฒนา
21. ชุมชนบ้านเจริญพร
22. ชุมชนแผ่นดินทอง
23. ชุมชนชัยบอนพัฒนา
24. ชุมชนเฟื่องฟ้า

¹ สถิติประชากรจากสำนักงานเทศบาลตำบลทับกวาง อำเภอแก่งคอย จังหวัดสระบุรี เดือนธันวาคม 2549

25. ชุมชนหน้าวัดเขามัน
26. ชุมชนหนองปู 93
27. ชุมชนบ้านไทย
28. ชุมชนบ้านถ้ำพัฒนา
29. ชุมชนบ้านเกษตรสัมพันธ์
30. ชุมชนบ้านน้ำพุ
31. ชุมชนบ้านหินดาน

กลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

กลุ่มที่ 1 ผู้นำความคิดเห็นชุมชนท้องถิ่น จำนวน 4 คน ประกอบด้วย

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| 1. นายถาวร ทวีศักดิ์ | ผู้นำชุมชนบ้านเจริญพร |
| 2. นายสมทรง ชาวโพธิ์ | ผู้นำชุมชนบ้านชัยบอน |
| 3. นายเจริญ รักษาภัย | ผู้นำชุมชนแผ่นดินทอง |
| 4. นางจินดา เจริญผล | ผู้นำชุมชนนิคมพัฒนา |

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินแผนงานชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ในปี 2549 ได้แก่ นายเจริญ อัครรุ่งเรืองชัย ผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่ายวิสาหกิจสัมพันธ์และประสานบัตร

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มประชาชนที่อยู่รอบโรงงานในรัศมีห่างจากโรงงาน 5 กิโลเมตร ได้แก่ ชุมชนบ้านเจริญพร ชุมชนบ้านชัยบอน ชุมชนแผ่นดินทอง ชุมชนนิคมพัฒนา

การสุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purpose Sampling) โดยสุ่มตัวอย่างเจาะจงชุมชนที่มีระยะห่างจากโรงงานปูนซีเมนต์นครหลวง รัศมีห่างจากโรงงาน 5 กิโลเมตร

ขั้นที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Classified Sampling) โดยแบ่งประชากร ทั้งหมด 3,912 คน ออกเป็น 4 ชุมชนดังนี้

$$1. \text{ ชุมชนบ้านเจริญพร จำนวน 1,420 คน คิดเป็น } \frac{1,420}{3,912} \times 100 = 36.30$$

$$2. \text{ ชุมชนบ้านซับบอน จำนวน 1,892 คน คิดเป็น } \frac{1,892}{3,912} \times 100 = 48.36$$

$$3. \text{ ชุมชนแผ่นดินทอง จำนวน 420 คน คิดเป็น } \frac{420}{3,912} \times 100 = 10.74$$

$$4. \text{ ชุมชนนิคมพัฒนา จำนวน 180 คน คิดเป็น } \frac{180}{3,912} \times 100 = 4.60$$

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างแบบสัดส่วน (Proportion to size Sampling) ผู้ศึกษาจะ แบ่งกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรในแต่ละกลุ่มย่อย คือ ถ้ากลุ่มใดมีจำนวนประชากร น้อย ก็สุ่มมาเป็นกลุ่มตัวอย่างน้อย ถ้ากลุ่มใดมีจำนวนมาก ก็สุ่มมาเป็นกลุ่มตัวอย่างมาก เพื่อให้ เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรทั้งหมด โดยกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรในแต่ละชุมชน โดย กำหนดสัดส่วนดังต่อไปนี้

$$1. \text{ จำนวนกลุ่มตัวอย่างชุมชนบ้านเจริญพร } \frac{36.30}{100} \times 400 = 145.2$$

$$2. \text{ จำนวนกลุ่มตัวอย่างชุมชนบ้านซับบอน } \frac{48.36}{100} \times 400 = 193.44$$

$$3. \text{ จำนวนกลุ่มตัวอย่างชุมชนแผ่นดินทอง } \frac{10.74}{100} \times 400 = 42.96$$

4. จำนวนกลุ่มตัวอย่างชุมชนนิคมพัฒนา $\frac{4.60}{100} \times 400 = 18.4$
 ขั้นตอนที่ 4 การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามจำนวนที่
 กำหนด

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีคำนวณด้วยสูตร TARO YAMANE คือ $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$
 โดยกำหนดความเชื่อมั่นไว้ที่ระดับ 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ปรากฏว่าได้ขนาด
 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 คน ดังนี้

$$\begin{aligned} N &= \frac{3,912}{1 + (3,912) (0.05)^2} \\ &= \frac{3,912}{1 + 9.78} \\ &= \frac{3,912}{10.78} \\ &= 362.89 \approx 400 \end{aligned}$$

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

1. ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้
2. ตัวแปรด้านความคิดเห็นของชุมชนต่องานชุมชนสัมพันธ์

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

- ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ศึกษาจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทั้ง 2 ประเภท ดังนี้

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่ ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับงานชุมชนสัมพันธ์ เป็นผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการกำหนดกลยุทธ์และการวางแผนงานชุมชนสัมพันธ์ ตลอดจนนำแผนงานไปปฏิบัติ

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดขึ้น

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในลักษณะไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยเปิดโอกาสให้กลุ่มประชากรที่ศึกษามีอิสระในการตอบคำถาม แสดงความคิดเห็นและกำหนดแนวทางของคำถามที่ต้องสัมภาษณ์ (Interview Guide) ไร้ล่วงหน้า ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้นำความคิดเห็นชุมชนท้องถิ่น

- บทบาทและโครงการชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ที่มีต่อการพัฒนาชุมชนในเขตชุมชนรอบโรงงานสระบุรี
- ภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ในความคิดเห็นของประชาชนในชุมชน
- ปัญหา และอุปสรรคในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ร่วมกับบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน)

- ประโยชน์และความร่วมมือที่เกิดขึ้นจากการดำเนินชุมชนสัมพันธ์
- การติดต่อสื่อสารและการเผยแพร่ข่าวสารระหว่างชุมชนกับบริษัทฯ
- ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินแผนงานชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ในปี 2549

- บริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง มินิโอบาย วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของแผนงานชุมชนอย่างไร

- มีขั้นตอนของการวางแผนงานชุมชนสัมพันธ์อย่างไร
- ผลของแผนงานชุมชนประสบผลสำเร็จตามที่คาดหวังอย่างไร
- ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการวางแผนงานชุมชนสัมพันธ์

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้ศึกษาสร้างขึ้นเอง ลักษณะคำถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire)

โดยเมื่อสร้างแบบสอบถามแล้ว ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ ก่อนใช้จริง (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) ซึ่งมีสูตรการหาความเชื่อมั่น ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวัด
	n	คือ	จำนวนข้อคำถามของแบบสอบถามที่ใช้วัด
	$\sum S_i^2$	คือ	ผลรวมค่าความแปรปรวนของคะแนนที่วัดได้เป็นรายข้อ
	S_t^2	คือ	ค่าความแปรปรวนรวมของคะแนนจากคำถามทุกข้อ

ผลจากการคำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีดังนี้

1. ความพึงพอใจต่องานชุมชนสัมพันธ์ของบริษัทฯ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.903
2. ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของชุมชนรอบโรงงานสระบุรี ได้ค่าความเชื่อมั่นรวมเท่ากับ 0.934 โดยแยกความเชื่อมั่นออกเป็นแต่ละด้านได้ดังนี้คือ
 - ด้านองค์กร ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.903
 - ด้านสินค้า ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.784
 - ด้านบุคลากร ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.851
 - ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.891

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้มีการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาจะตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วลงรหัสข้อมูล (Coding) จากนั้นนำไปประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมศาสตร์ SPSS/PC (Statistical for the Social Science: SPSS)

การกำหนดการวัดค่าตัวแปรในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปร ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นแบบเลือกตอบ ได้แก่ ข้อ 1-5 จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับงานชุมชนสัมพันธ์ เป็นการประเมินเกี่ยวกับการรับรู้งานชุมชนสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) จำนวน 1 ข้อ โดยแบ่งการให้คะแนน

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

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซีเมนต์นครหลวง จำกัด (มหาชน) จำนวน 1 ข้อ ตามระดับความคิดเห็น

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

ผลรวมของคะแนนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจะนำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	พอใจระดับดีมาก
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	พอใจระดับดี
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	พอใจระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	พอใจระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.20	หมายถึง	พอใจระดับน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยการใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และการคิดค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างและการสถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป โดยใช้ค่าสถิติ t-test, ANOVA และ Person Correlation