

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร กรณีศึกษา : บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย
2. ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล
7. กำหนดการวัดค่าตัวแปรในการวิจัย
8. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
9. การวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ใช้การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่เป็นคำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในของพนักงาน ทอท. รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานของ ทอท. ทุกหน่วยงานที่ปฏิบัติงาน ณ สำนักงานใหญ่ของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร เนื่องจากสำนักงานใหญ่กรุงเทพฯ ของ ทอท. เป็นศูนย์กลางในการติดต่องานและเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ของ ทอท. ซึ่งพนักงานมีจำนวนทั้งสิ้น 564 คน¹

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ในการคิดคำนวณกลุ่มตัวอย่างนั้น เนื่องจากจำนวนพนักงาน ทอท. ที่ปฏิบัติงานอยู่ในสำนักงานใหญ่มีจำนวนที่แน่นอน (Finite Population) ผู้ศึกษาจึงใช้สูตรของ Taro Yamane² ที่กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่า 5% มาคำนวณ ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่าง 235 คน ดังนี้

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

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

แทนค่าตามสูตรได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{เมื่อ } n &= \frac{564}{1 + 564 (.05)^2} \\ &= \frac{564}{1 + 564 (.05)^2} \\ &= 234.02 \text{ คน} \end{aligned}$$

การสุ่มตัวอย่าง

¹สัมภาษณ์ ปัญญารัตน์ ทองจิตติ, งานองค์การและมวลชนสัมพันธ์ ฝ่ายประชาสัมพันธ์, 13 มิถุนายน 2550.

²Yamane Taro, Statistics: An Introductory Analysis (Tokyo: Harper International Edition, 1973), p. 725.

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างชนิดที่ไม่ทราบโอกาส หรือความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ณ สำนักงานใหญ่ของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) เขตดอนเมือง กรุงเทพมหานคร ซึ่งจะกระจายแบบสอบถามไปยังทุกหน่วยงานในสำนักงานใหญ่ เนื่องจากพนักงานของ ทอท. ทุกคนสามารถเข้าถึงสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ภายในได้ทั้งสิ้น

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของพนักงานต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร กรณีศึกษา : บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)” ได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตามตามสมมติฐานการวิจัยดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา รายได้ และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

3. ความพึงพอใจในการเปิดรับเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ

ตัวแปรอิสระ คือ ความพึงพอใจในการเปิดรับเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน

ตัวแปรตาม คือ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) เป็นเครื่องมือในการเก็บและรวบรวมข้อมูล โดยอ้างอิงจากแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารและทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจจากสื่อ ซึ่งคำถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- ระดับรายได้
- ระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ ทอท.

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

1. ความถี่ในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน
 - วิทยุเสียงตามสาย
 - บอร์ดประชาสัมพันธ์
 - เว็บไซต์ (Website)
 - อินทราเน็ต (Intranet)
 - วารสาร AirportThai
2. ความบ่อยในการเปิดรับเนื้อหาสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน
 - ความเคลื่อนไหวของ ทอท.
 - ความเปลี่ยนแปลงภายใน ทอท.
 - คำแถลงการณ์จากผู้บริหาร
 - ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับพนักงาน
 - ข่าวฝากประชาสัมพันธ์ทั่วไป
 - กิจกรรมต่าง ๆ ของ ทอท.
 - นานาสาระ / ความรู้ทั่วไป
 - ด้านความบันเทิง เช่น เพลง เกม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน โดยแบ่ง

คำถามออกเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่

1. ความพึงพอใจในรูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน โดยแบ่งตามประเภทสื่อ
 - วิทยุเสียงตามสาย
 - บอร์ดประชาสัมพันธ์
 - เว็บไซต์ (Website)
 - อินทราเน็ต (Intranet)
 - วารสาร AirportThai

2. ความพึงพอใจด้านเนื้อหา

- เนื้อหามีความถูกต้อง ครบถ้วน
- เนื้อหาสามารถเข้าใจได้ง่าย
- เนื้อหาสอดคล้องกับความต้องการ
- เนื้อหามีความหลากหลาย
- เนื้อหาทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน
- ความพึงพอใจที่ได้รับโดยรวม

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ ภายใน จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

- ได้รับความบันเทิงและความเพลิดเพลิน
- สามารถนำเรื่องราวไปสนทนากับผู้อื่นได้
- เพิ่มพูนความรู้ให้ตนเอง
- นำข้อมูลไปประกอบการตัดสินใจ
- ประโยชน์ที่ได้รับโดยรวม

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน เป็นคำถามปลายเปิดที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแสดงความคิดเห็นโดยอิสระ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่เรียบเรียงมาให้ผู้ทรงคุณวุฒิ อันได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติ และผู้บริหารในฝ่ายประชาสัมพันธ์ของ ทอท. เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) รวมไปถึงความชัดเจนของคำถาม เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ได้แบบสอบถามที่สื่อความหมายตรงกันระหว่างผู้ศึกษากับผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิด วัตถุประสงค์ และสมมติฐานในการศึกษาก่อนที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายจริง

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ก่อนดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายจริงในบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ผู้ศึกษาได้ทำการ Pretest แบบสอบถามกับผู้ที่มีคุณสมบัติตรงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ภายในสำนักงานใหญ่ ทอท. เพื่อหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน (Internal Consistency Method) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alfa Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistic Package for Social Science) ซึ่งผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามปรากฏว่า แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ .9628 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลจากพนักงาน ทอท. สำนักงานใหญ่ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 284 ชุด ผลการเก็บรวบรวมข้อมูล ปรากฏว่าจำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทั้งสิ้นมี 244 ชุด และเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ที่สุดเพียง 235 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 เปอร์เซนต์ของแบบสอบถาม ด้วยการกระจายแบบสอบถามส่งไปยังสายงานต่าง ๆ ภายในสำนักงานใหญ่ โดยทำการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 19-24 สิงหาคม พ.ศ.2550

กำหนดการวัดค่าตัวแปรในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนและการจัดระบบตัวแปร ดังต่อไปนี้
ระดับการเปิดรับสาร ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในของ ทอท. โดยแบ่งการให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

มากที่สุด	ค่าคะแนนเท่ากับ	5
มาก	ค่าคะแนนเท่ากับ	4
ปานกลาง	ค่าคะแนนเท่ากับ	3
น้อย	ค่าคะแนนเท่ากับ	2
น้อยที่สุด	ค่าคะแนนเท่ากับ	1

จากนั้นใช้เกณฑ์ในการแบ่งความถี่ที่ต้องการเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง มีความถี่/ความพึงพอใจ/ประโยชน์อยู่ในระดับสูงมาก

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง มีความถี่/ความพึงพอใจ/ประโยชน์อยู่ในระดับสูง
 ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง มีความถี่/ความพึงพอใจ/ประโยชน์อยู่ในระดับสูงปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง มีความถี่/ความพึงพอใจ/ประโยชน์อยู่ในระดับต่ำ
 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง มีความถี่/ความพึงพอใจ/ประโยชน์อยู่ในระดับต่ำมาก

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาจะทำการลงรหัส (Coding) และนำไปประมวลผลข้อมูล โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical for Social Science version Personal Computer Plus) for Windows เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

โดยสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลและทำการทดสอบสมมติฐานในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. สถิติวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) เพื่อแจกแจงความถี่ (Frequency) แสดงตารางแบบร้อยละ (Percentage) และหาค่าเฉลี่ย (Means) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน การใช้ประโยชน์จากสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยได้กำหนดค่าความต้องการในการทดสอบสมมติฐานในระดับ 0.05 ซึ่งทดสอบสมมติฐานด้วยการหาค่า ดังนี้

สมมติฐาน 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน ใช้การทดสอบด้วยสถิติ t-test โดยวิธี Independent Sample t-test และ F-test โดยวิธี One Way Anova

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson's Correlation

สมมติฐานที่ 3 ความพึงพอใจในการเปิดรับเนื้อหาจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ ทดสอบด้วยวิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ Pearson's Correlation

ทั้งนี้ การศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์
ภายในองค์กร กรณีศึกษา : บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)” ได้ผลการวิเคราะห์ที่ตั้งที่จะ
สรุปในบทที่ 4 ต่อไป