

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสร้างสื่อรูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนกลาง เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีจุดประสงค์ เพื่อออกแบบสร้างสรรค์สื่อรูปแบบใหม่ (New Media) เป็นสื่อต้นแบบ และศึกษาผลการใช้สื่อรูปแบบใหม่รณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของนักศึกษา การวิจัยครั้งนี้มี 2 ขั้นตอน ขั้นแรกเป็นการสำรวจข้อมูล ถึงที่มาและเหตุผลของปัญหาพฤติกรรมการแต่งกายชุดนักศึกษาของนักศึกษาวิเคราะห์เหตุปัจจัย ขั้นที่สองเป็นการทดลอง โดยออกแบบและพัฒนาสื่อรูปแบบใหม่ ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์ในเรื่องความเข้าใจ สัญญาของสื่อรูปแบบใหม่ และมีจิตสำนึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแต่งกายชุดนักศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานดังนี้

1. การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ขอบเขตการวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาสื่อต้นแบบ และการรับรู้สื่อรณรงค์ที่มีผลต่อการสร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของนักศึกษา

##### 1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

###### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักศึกษาภาคปกติของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนกลาง 6 แห่ง ประกอบด้วย

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
2. มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
3. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

4. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
5. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
6. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาภาคปกติของมหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนกลาง 6 แห่ง โดยสุ่มจากทุกคณะตามหลักสูตรการศึกษา ได้แก่ หลักสูตรการศึกษา ศศ.บ. , วท.บ., บธ.บ. และ ค.บ. เนื่องจากไม่ทราบจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่แน่นอน ผู้วิจัยจะใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบ Non Probability Sampling ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลใช้วิธีการคำนวณจากสูตร Taro Yamane (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541 : 24)

$$N = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

- เมื่อ
- n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
  - p แทน สัดส่วนประชากรที่จะสุ่ม
  - Z แทน ค่าสถิติ (ค่ามาตรฐาน) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ 95%  
นั่นคือ ระดับความคลาดเคลื่อน ( $\alpha$ ) = 0.05 หรือ  $1 - \alpha / 2 = 0.975$   
เปิดตารางได้ค่า  $Z = 1.96$
  - e แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้ = 0.05

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.5 (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546 : 14) ต้องการความเชื่อมั่น 95% และยอมให้คลาดเคลื่อนได้ 5% = 0.05

- โดย
- p = 0.50
  - ค่า Z ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% จะ = 1.96
  - e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้  
= 0.05

ดังนั้นจึงแทนค่าได้ดังนี้

$$N = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$$N = 384$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยสำรวจได้จึงเท่ากับ 384 คน และเก็บข้อมูลเพิ่มอีก 96 คน เพิ่มสำรองความผิดพลาด ดังนั้น ในงานวิจัยครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 480 คน

### ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ จำแนกกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นการสำรวจ การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการเลือก คือ นักศึกษาแต่งกายถูกระเบียบ และ นักศึกษาแต่งกายผิดระเบียบกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษากาปกติของมหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนกลาง 6 แห่ง จำนวนนักศึกษาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 480 คน

2. ขั้นการทดลองสื่อ นักศึกษากาปกติของมหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนกลาง 6 แห่ง โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quato Sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ของมหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนกลาง 6 แห่ง ซึ่งเป็นคนละกลุ่ม กับกลุ่มในขั้นสำรวจ และได้กำหนดให้โควต้ามหาวิทยาลัยละ 80 คนและ แบ่ง ตัวอย่างหลักสูตรการศึกษา ศศ.บ. ,วท.บ., บธ.บ.และ ค.บ. ของมหาวิทยาลัยราชภัฏส่วนกลาง ออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทการแต่งกายถูกระเบียบ และ ประเภทการแต่งกายผิดระเบียบ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จำนวนคนแต่ละมหาวิทยาลัย} &= 480 \text{ คน} / 6 \text{ แห่ง} \\ &= 80 \text{ คน} \end{aligned}$$

โดยแบ่งตามอัตราส่วนของมหาวิทยาลัย 6 แห่ง แสดงดังต่อไปนี้

#### 1.1 นักศึกษาแต่งกายถูกระเบียบ

นักศึกษาหลักสูตร ศศ.บ. ชาย/หญิง จาก 6 มหาวิทยาลัยราชภัฏ แห่งละ 10 คน

นักศึกษาหลักสูตร วท.บ. ชาย/หญิง จาก 6 มหาวิทยาลัยราชภัฏ แห่งละ 10 คน

นักศึกษาหลักสูตร บธ.บ. ชาย/หญิง จาก 6 มหาวิทยาลัยราชภัฏ แห่งละ 10 คน

นักศึกษาหลักสูตร ค.บ. ชาย/หญิง จาก 6 มหาวิทยาลัยราชภัฏ แห่งละ 10 คน

#### 1.2 นักศึกษาแต่งกายผิดระเบียบ

นักศึกษาหลักสูตร ศศ.บ. ชาย/หญิง จาก 6 มหาวิทยาลัยราชภัฏ แห่งละ 10 คน

นักศึกษาหลักสูตร วท.บ. ชาย/หญิง จาก 6 มหาวิทยาลัยราชภัฏ แห่งละ 10 คน

นักศึกษาหลักสูตร บธ.บ. ชาย/หญิง จาก 6 มหาวิทยาลัยราชภัฏ แห่งละ 10 คน

นักศึกษาหลักสูตร ค.บ. ชาย/หญิง จาก 6 มหาวิทยาลัยราชภัฏ แห่งละ 10 คน

รวมเป็นนักศึกษาทั้งสิ้น 480 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. สื่อรูปแบบใหม่ที่ผู้วิจัยออกแบบขึ้น โดยทดสอบกับประชากรกลุ่มตัวอย่างเพื่อสรุปผลการวิจัยในครั้งนี้ว่าตรงสมมุติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้หรือไม่แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. สื่อโฆษณาที่ยังไม่เคยถูกใช้มาก่อน
2. สื่อโฆษณาแบบเดิมที่นำมาปรับให้เข้ากับปัจจุบัน
3. วิธีการนำเสนอสื่อที่ต่างไปจากเดิม
4. สิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวันทั่วไปมาปรับเป็นสื่อโฆษณา

2. แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

1.1 ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนตัว ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

แบบสอบถามตอนที่ 2 นี้ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ถึงที่มาและเหตุผลของปัญหาพฤติกรรม การแต่งกายชุดนักศึกษาของนักศึกษาในปัจจุบันรวมถึงความคิดเห็นต่อรูปแบบของสื่อ

3. แบบทดสอบ (Test) ในเรื่องความเข้าใจสัญลักษณ์ของสื่อรูปแบบใหม่ และจิตสำนึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแต่งกายชุดนักศึกษาด้วยเครื่องแบบที่ถูกระเบียบ

4. แบบประเมินผลงานออกแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อรูปแบบใหม่

## 3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. สื่อรูปแบบใหม่ในการออกแบบสามารถสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

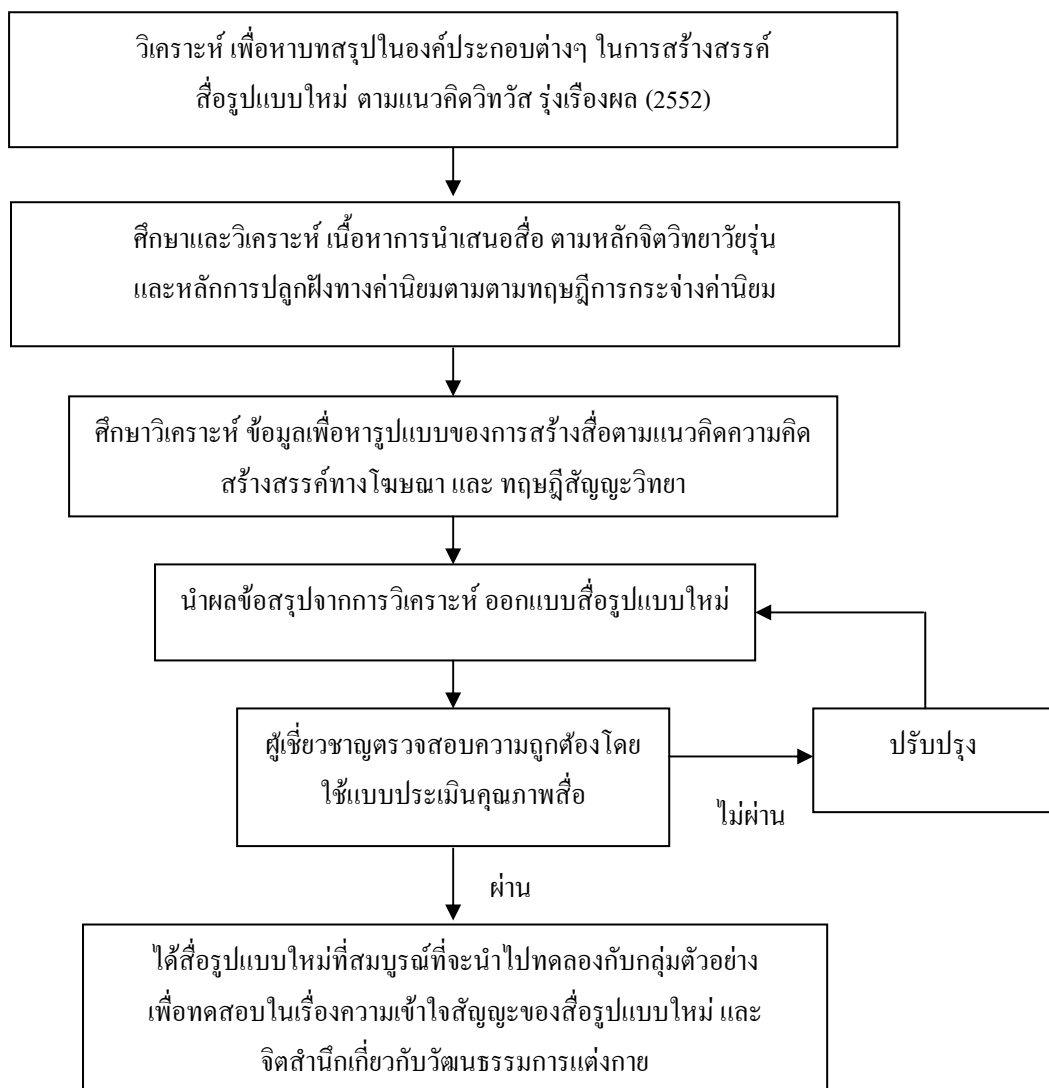
1.1 สรุปเหตุผลและที่มาของพฤติกรรมที่เป็นปัญหาการแต่งกายของนักศึกษาในปัจจุบันจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งทางด้านพฤติกรรมและทางด้านจิตวิทยาวัยรุ่น เป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์สภาพจิตของวัยรุ่นโดยทั่วไปเพื่อหาบทสรุปของพฤติกรรมต่างๆ ของวัยรุ่น อันจะนำมาสู่แนวทางการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับหลักจิตวิทยาวัยรุ่นและเป็นไปตามสมมุติฐานที่วางไว้

1.2 นำผลสรุปจากข้อมูลในข้อ 1 มากำหนดรูปแบบของเนื้อหาในการออกแบบสื่อรูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนกลางครั้งนี้ โดยคำนึงถึงหลักการปลูกฝังทางค่านิยมตามตามทฤษฎีการกระจำค่านิยมเพื่อนำมาวิเคราะห์หาขอบเขตในการสร้างสรรค์งานออกแบบ

1.3 ศึกษาหลักการออกแบบที่ ถูกต้องเหมาะสมทางการออกแบบสื่อโฆษณาและ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบป้ายสร้างสรรค์ในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อกำหนดองค์ประกอบในการ ออกแบบสื่อ

1.4 ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบร่าง และนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย

1.5 ออกแบบงานจริง ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบงาน และประเมินงานออกแบบและ ความเข้าใจในสื่อรูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมที่ออกแบบว่ามีความ สมบูรณ์ชัดเจนมากน้อยเพียงไร เพื่อปรับปรุงแก้ไข ดังภาพประกอบ 8 กระบวนการสร้างสื่อ รูปแบบใหม่



ภาพประกอบ 8 กระบวนการสร้างสื่อรูปแบบใหม่

## 2. แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ตอน

**ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 คำถาม-ได้แก่ เพศ, ชั้นปี, เกรดเฉลี่ย, คณะที่ศึกษา, ค่าใช้จ่ายรายเดือน, ที่พักอาศัยระหว่างการศึกา โดยทั้ง 6 คำถาม เป็นลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close ended Question) แบบที่มีให้เลือก 2 คำตอบ (Dichotomous choices) และแบบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choices) แต่ละข้อคำถามมีระดับการวัดข้อมูลประเภทต่างๆ ดังนี้

- เพศ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- ชั้นปี เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- เกรดเฉลี่ย เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale)
- คณะที่ศึกษาเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)
- ค่าใช้จ่ายรายเดือนเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale)
- ที่พักอาศัยระหว่างการศึกา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

**ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นและค่านิยมเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการแต่งกาย จำนวน 8 ข้อ

1) ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) จำนวน 9 ข้อซึ่งเป็นแบบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple choices) โดยแต่ละคำถามมีระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) ได้แก่

- ค่านิยมในการคบเพื่อนของกลุ่มตัวอย่างที่แต่งกายผิดระเบียบ
- ค่านิยมเรื่องการแต่งกายนักศึกษาของตนเอง เหมาะสมหรือไม่
- ค่านิยมการแต่งกายนักศึกษา ในปัจจุบันเลือกแต่งชุดนักศึกษาโดยคำนึงถึง
- ค่านิยมการแต่งกายนักศึกษา ในปัจจุบันเป็นสิ่งสิ้นเปลืองกับนักศึกษาหรือไม่
- ค่านิยมการแต่งกายนักศึกษา ว่าชุดนักศึกษาหญิงควรมีลักษณะอย่างไร
- ค่านิยมการแต่งกายนักศึกษาที่ถูกระเบียบเพราะ
- ค่านิยมการแต่งกายนักศึกษา เหตุผลที่ไม่แต่งเครื่องแบบที่ถูกระเบียบเพราะ
- ค่านิยมการแต่งกายนักศึกษา หากต้องการจะรณรงค์ให้นักศึกษาในปัจจุบันแต่ง

กายให้เหมาะสมขึ้น

2) ลักษณะแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questions) จำนวน 1 ข้อเป็น ระดับการวัดข้อมูลประเภทคุณภาพความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการแต่งกายไม่เหมาะสมของนักศึกษา จะก่อให้เกิดผลเสีย หรือปัญหาใดมากที่สุด

3. แบบทดสอบ (Test) ในเรื่องความเข้าใจสัญญาของสื่อรูปแบบใหม่ และจิตสำนึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแต่งกายชุดนักศึกษาด้วยเครื่องแบบที่ถูกระเบียบ เป็นแบบทดสอบประเภทวัดผลสัมฤทธิ์ (Achievement) แบบอัตนัย ให้ทดสอบโดยไม่จำกัดเวลา

4. แบบประเมินผลงานออกแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อประเมินคุณภาพของงานออกแบบ ผู้วิจัยได้ใช้หลักการประเมินหัวข้อการประเมินตามกฎเกณฑ์การประเมินสัญลักษณ์ ของสถาบันการออกแบบกราฟิกของสหรัฐอเมริกา (American Institute of Graphic Arts) หรือAIGA

#### 4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาผลการสร้างสื่อรูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนกลาง โดยดำเนินการเป็น 2 ขั้นตอน

ขั้นแรกเป็น ขั้นการสำรวจ โดยแบ่งลักษณะของแหล่งข้อมูลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามและแบบทดสอบเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน เพื่อให้ทราบถึงที่มาและเหตุผลของปัญหาพฤติกรรมการแต่งกายชุดนักศึกษาของนักศึกษาวิเคราะห์เหตุปัจจัยต่างๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์และออกแบบสร้างสื่อรูปแบบใหม่

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร, วารสาร, งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลทาง Internet ในเรื่องของกรอบแนวความคิดตามหลักจิตวิทยาวัยรุ่น หลักการปลูกฝังทางค่านิยมตามตามทฤษฎีการกระจำค่านิยม แนวคิดความคิดการสร้างสรรค์ทางโฆษณา (Advertising Creativity) และ ทฤษฎีสัญญาวิทยา (Semiotic Theory)

ขั้นที่สองเป็นการทดลอง เพื่อศึกษาผลการสร้างสื่อรูปแบบใหม่เพื่อรณรงค์สร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมด้านการแต่งกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนกลาง โดยแบ่งวิธีการเก็บข้อมูลดังนี้

1. นำสื่อทั้ง 4 ประเภทที่ได้ออกแบบ ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน เมื่อผ่านการประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว นำสื่อไปติดตั้ง ณ สถานที่ต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏทั้ง 6 แห่ง โดยหมุนเวียนสื่อรูปแบบละ 2 สัปดาห์

2. เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 480 คน เพื่อให้ทราบถึงที่มาของปัญหาเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมการแต่งกาย และเพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างว่า

ความเข้าใจในสัญญาณของสื่อรูปแบบใหม่ ทั้งนี้เพื่อต้องการวัดผล ว่าตัวสื่อสามารถสื่อสารให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจได้มากน้อยเพียงใด และสื่อใดที่มีผลกระทบต่อความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด โดยใช้เครื่องมือคือ แบบทดสอบ (Test) เป็นแบบทดสอบประเภทวัดผลสัมฤทธิ์ (Achievement) แบบปรนัย แบบให้เลือกตอบ และให้ลงมือกระทำโดยไม่จำกัดเวลา วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เมื่อผู้วิจัยได้ทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างเป็นที่เรียบร้อยแล้วครบทุกคน จากนั้นผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดทบทวนคู่มือรูปแบบใหม่ที่ได้ติดตั้งตามสถานที่ต่างๆ อีกครั้ง ได้แก่ สื่อโฆษณาที่ยังไม่เคยถูกใช้มาก่อน สื่อโฆษณาแบบเดิมที่นำมาปรับให้เข้ากับปัจจุบัน สื่อที่วิธีการนำเสนอสื่อที่ต่างไปจากเดิม และสิ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวันต่างๆ ไปมาปรับเป็นสื่อโฆษณาจากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบข้อคำถามที่ละข้อจนครบ ถือเป็นการสิ้นสุดการทดสอบในการวิจัยครั้งนี้

## 5. การจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล

### 5.1 การประเมินผลงานออกแบบและการตรวจสอบเครื่องมือ

เป็นการนำเสนอผลงานออกแบบต่อผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อประเมินคุณภาพของงานออกแบบ เพื่ออภิปรายวิเคราะห์และสรุปผลงานวิจัย โดยพิจารณาเลือกผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ดังนี้

#### 1. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์

##### 1.1 คุณกิตติกร อนุเชียร

Creative Director, Hakuhold Bangkok

กรรมการผู้จัดการ บริษัท. Blooms Thailand Co.,Ltd

ผู้แต่งหนังสือ ไอเดีย ถ่ายสะดวก, บันจี้ให้เป็นที่เอทีฟ, โฆษณาต้องห้าม...

#### 2. นักวิชาการทางด้านบุคลิกภาพและการแต่งกาย

##### 2.1 ผศ. เอมอร วิศุกกาญจน์

ผู้ทรงคุณวุฒิด้านบุคลิกภาพและการแต่งกาย

วิทยากรประจำคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

#### 3. นักวิชาการทางด้านออกแบบ หรือกราฟิก โดยมีรายนามดังนี้

##### 3.1 รศ.ฉันทนา สุรัสวดี

อาจารย์ประจำวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

### 3.2 รศ. ศิริพงษ์ พะยอมเข้ม

อาจารย์ประจำวิชาการออกแบบกราฟิกสำหรับระบบสื่อการสอน  
(หลักสูตรปริญญาโท) ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร

### 3.3 คุณนิสากร สุภาพ

หัวหน้าส่วนผลิต กลุ่มงานประชาสัมพันธ์ของรัฐ  
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11

หัวข้อสำหรับประเมินงานออกแบบ ผู้วิจัยได้ใช้หลักการประเมินหัวข้อการประเมินตาม  
กฎเกณฑ์การประเมินสัญลักษณ์ ของสถาบันการออกแบบกราฟิกของสหรัฐอเมริกา (American  
Institute of Graphic Arts) หรือ AIGA ได้กำหนดเกณฑ์การประเมิน ไว้ 3 ประการคือ

- 1.) ซีแมนติก (semantic) เน้นเรื่องความหมาย คือความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับความหมาย  
สัญลักษณ์สามารถเป็นตัวแทนหรือสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน
- 2.) ซินแทกติก (syntactic) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์รูปหนึ่งกับรูปอื่นๆ ใน  
ชุดเดียวกัน หรือเข้าระบบเดียวกัน
- 3.) แพรกเมติก (pragmatic) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพกับผู้ใช้หรือผู้ดู และ  
สามารถมองเห็นได้ชัดในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน

จากเกณฑ์การประเมินของ AIGA สรุปเป็นหัวข้อสำหรับการประเมินงานออกแบบในการ  
วิจัยครั้งนี้

1. สัญลักษณ์สามารถเป็น ตัวแทนหรือสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน
2. ความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์รูปหนึ่งกับรูปอื่นๆ ในชุดเดียวกัน
3. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปภาพกับผู้ดู และสามารถมองเห็นได้ชัดในสภาพแวดล้อมที่  
แตกต่างกัน

ลักษณะแบบประเมินเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)  
โดยมีเกณฑ์ 5 ระดับของลิเคอร์ท (ลิคดา กิติวิภาต .2532 :2) ดังนี้

- คะแนน 5 หมายถึง ผลงานการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก
- คะแนน 4 หมายถึง ผลงานการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับดี
- คะแนน 3 หมายถึง ผลงานการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับพอใจ
- คะแนน 2 หมายถึง ผลงานการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับไม่ดี
- คะแนน 1 หมายถึง ผลงานการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับต้องปรับปรุง

การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ย การประเมินผลงานออกแบบ ผู้วิจัยได้แปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้าน ดังนี้

- 1.00 - 1.49 หมายถึง ผลงานการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับต้องปรับปรุง
- 1.50 – 2.49 หมายถึง ผลงานการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับไม่ดี
- 2.50 – 3.49 หมายถึง ผลงานการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับพอใจ
- 3.50 – 4.49 หมายถึง ผลงานการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับดี
- 4.50 – 5.00 หมายถึง ผลงานการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก

## 5.2 การวิเคราะห์ผลงานออกแบบ

การวิเคราะห์ ผลงานออกแบบ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ มาประมวลผล เพื่อให้ผลการวิเคราะห์เป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยใช้การหาค่าทางสถิติที่เชื่อถือได้ ด้วยการคำนวณ โดยโปรแกรมวิเคราะห์ผล แบ่งออกเป็นขั้นตอนดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และการลงรหัส (Coding) โดยนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบถูกต้องแล้วมาลงรหัส

2. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมุติฐาน ซึ่งแยกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

### 2.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

ก. การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้าน เพศ, ชั้นปี, เกรดเฉลี่ย, คณะที่ศึกษา, ค่าใช้จ่ายรายเดือน, ที่พักอาศัยระหว่างการศึกษา โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ข. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับในเรื่องความเข้าใจสัญญาณของสื่อรูปแบบใหม่ และมีจิตสำนึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมการแต่งกายชุดนักศึกษาด้วยเครื่องแบบที่ถูกระเบียบโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

ค. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้สื่อที่มีผลกระทบต่อความรู้สึกรักของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviations: SD)

## 6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### ค่าสถิติพื้นฐาน

#### 1.1 ค่าร้อยละ (percentage) (ชูศรี วงษ์รัตน์, 2544, หน้า 35)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ร้อยละ หรือ % (percentage)

f แทน ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้ร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.2 ค่าเฉลี่ย ใช้สูตร ดังนี้ (วิไล ทองแผ่, 2550, หน้า 181)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ  $\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

$\sum x$  แทน ผลรวมของข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

x แทน ค่าของข้อมูล

n แทน จำนวนข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (S.D) โดยสูตรดังนี้ (วิไล ทองแผ่, 2550, หน้า 184)

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum f(x - \bar{x})^2}{n-1}}$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง

X แทน ค่าของข้อมูลแต่ละตัว

$\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมดในกลุ่มตัวอย่าง

f แทน ความถี่ของข้อมูลแต่ละตัว