

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัย โดยจะกล่าวถึง ประชากร กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นอายุที่สามารถตัดสินใจและแสดงทัศนคติได้ ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 50 เขต จำนวน 4,150,339 คน (สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2549)

กรุงเทพมหานครมีการแบ่งพื้นที่เป็น 50 เขต และแบ่งเขตการปกครองของ กรุงเทพมหานครเป็น 3 กลุ่มเขต ดังนี้

1) **กลุ่มเขตเมือง** มี 14 เขต คือ เขตพระนคร เขตดุสิต เขตบางรัก เขตปทุมวัน เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย เขตสัมพันธวงศ์ เขตพญาไท เขตธนบุรี เขตห้วยขวาง เขตคลองสาน เขตดินแดง เขตบางซื่อ เขตวังทองหลาง และเขตราษฎร์เทพ

2) **กลุ่มเขตต่อเมือง** มี 26 เขต คือ เขตบางเขน เขตบางกะปิ เขตพระโขนง เขตสายไหม เขตบางกอกน้อย เขตภาษีเจริญ เขตราษฎร์บูรณะ เขตบางพลัด เขตบึงกุ่ม เขตสาทร เขตจตุจักร เขตบางคอแหลม เขตประเวศ เขตคลองเตย เขตสวนหลวง เขตดอนเมือง เขตลาดพร้าว เขตวัฒนา เขตยานนาวา เขตบางกอกใหญ่ เขตบางแค เขตหลักสี่ เขตคันนายาว เขตสะพานสูง เขตบางนา เขตทุ่งครุ

3) **กลุ่มเขตชานเมือง** มี 10 เขต คือ เขตหนองจอก เขตมีนบุรี เขตลาดกระบัง เขตคลองสามวา เขตคลองสำโรง เขตหนองแขม เขตจอมทอง เขตบางบอน เขตทวีวัฒนา เขตคลองสามวา

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชาชนกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยผู้วิจัยใช้ข้อมูลจำนวนประชากรข้างต้นเป็นฐานในการคำนวณกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามหลักการความแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นตามสูตรของ Taro Yamane

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

เมื่อ	n	คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง หรือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือ ขนาดของประชากร
	e	คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

เมื่อประชากรที่ต้องการศึกษามีจำนวน 4,150,339 หน่วยประชากร และให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง ร้อยละ 5 หรือ 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{4,150,339}{(1+(4,150,339 \times 0.05^2))}$$

$$n = \frac{4,150,339}{10,376.847} = 399.96$$

ดังนั้น หากคำนวณตามสูตรดังกล่าวข้างต้นจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาจำนวนไม่น้อยกว่า 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ในแต่ละกลุ่มเขต ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มแบบง่าย (Simple random sampling) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาโดยการจับฉลากจาก

3 กลุ่มเขต ในสัดส่วน 1 : 5 ได้แก่ กลุ่มเขตเมือง 3 เขต กลุ่มเขตต่อเมือง 5 เขต และกลุ่มเขตชานเมือง 2 เขต รวมเป็น 10 เขต ซึ่งได้ผลดังนี้

1. กลุ่มเขตเมือง 3 เขต ได้แก่ เขตพญาไท เขตดินแดง เขตธนบุรี
2. กลุ่มเขตต่อเมือง 5 เขต ได้แก่ เขตพระโขนง เขตหลักสี่ เขตสะพานสูง เขตสายไหม

เขตสวนหลวง

3. กลุ่มเขตชานเมือง 2 เขต ได้แก่ เขตลาดกระบัง เขตบางบอน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster random sampling) และกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนประชากร 3 กลุ่มเขต จำนวน 10 เขต ให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

จำนวนเขต	จำนวนประชากร	ร้อยละ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
กลุ่มเขตเมือง			
1. เขตพญาไท	57,612	6.67	27
2. เขตดินแดง	110,203	12.76	51
3. เขตธนบุรี	101,624	11.77	47
กลุ่มเขตต่อเมือง			
1. เขตพระโขนง	74,067	8.58	34
2. เขตหลักสี่	89,058	10.31	41
3. เขตสะพานสูง	60,327	6.98	28
4. เขตสายไหม	120,671	13.97	56
5. เขตสวนหลวง	84,069	9.73	39
กลุ่มเขตชานเมือง			
1. เขตลาดกระบัง	98,977	11.46	46
2. เขตบางบอน	767,133	7.77	31
รวม	863,741	100	400

ขั้นตอนที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จากประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้ง 10 เขตตัวอย่าง โดยกระจายตามลักษณะประชากรในด้านเพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-ended Questionnaire) และปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) ซึ่งสร้างขึ้นโดยพัฒนาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน (ดูภาคผนวก ข) ดังนี้

- ตอนที่ 1** ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบและแบบเติมคำ ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 5 ข้อ เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ เพื่อต้องการทราบว่ากลุ่มประชากรที่ทำการวิจัย มีการเปิดรับข่าวสารมากน้อยแค่ไหน และเพื่อให้ทราบว่าสื่อชนิดใดที่สามารถเข้าถึงกลุ่มประชากรได้มากที่สุด จำนวน 3 ข้อ รวมทั้งประเภทของข่าวสารที่เปิดรับ จำนวน 1 ข้อ
- ตอนที่ 3** คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อต้องการทราบว่า การที่กลุ่มประชากรเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ นั้น กลุ่มประชากรดังกล่าวมีการรับรู้เกี่ยวกับข่าวสารที่เปิดรับในด้านต่าง ๆ นั้นมากน้อยแค่ไหน จำนวน 20 ข้อ
- ตอนที่ 4** คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร เพื่อต้องการทราบว่า กลุ่มประชากรมีความคิดเห็นในภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ในเชิงบวก เป็นกลาง หรือเชิงลบ จำนวน 25 ข้อ และคำถามเพื่อสอบถามความคิดเห็น จำนวน 3 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยครั้งนี้ไปทดสอบหาความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) ดังนี้

1) การหาความตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ จำนวน 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน (ดูภาคผนวก ก) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

2) การหาค่าความเที่ยง (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบก่อนการเก็บข้อมูลจริง (Pre-test) กับประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยนำมาวิเคราะห์หาความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Coefficient Alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ประมวลผล ได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามดังนี้คือ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.97 แสดงว่า แบบสอบถามนี้นำมาใช้วัดการเปิดรับสื่อของกรมประชาสัมพันธ์ได้ เพราะมีค่าความเที่ยงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ดี

การรับรู้ของประชาชนเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.81 แสดงว่า แบบทดสอบนี้นำมาใช้วัดการรับรู้ได้ เพราะมีค่าความเที่ยงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.86 แสดงว่า แบบสอบถามนี้นำมาใช้วัดความคิดเห็นได้ เพราะมีค่าความเที่ยงอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถานที่ตามเขตที่ได้สุ่มตัวอย่างไว้แล้วเป็นสถานที่ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ สถานที่ราชการ/รัฐวิสาหกิจ/บริษัทห้างร้าน/สถานศึกษา/โรงเรียน/วิทยาลัย/มหาวิทยาลัยและชุมชน โดยผู้วิจัยได้อบรมผู้ช่วยสนามให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ในการวิจัย และทำความเข้าใจแบบสอบถามให้ตรงกันและผู้ช่วยสนามจะนำแบบสอบถามไปให้ประชาชนเป็นผู้กรอกแบบสอบถาม ด้วยตนเองและรอรับกลับคืน

4. เกณฑ์การวัดและการแปลผล

เกณฑ์การวัดและการแปลผลโดยการให้คะแนนคำตอบและการแปลความหมายเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ แบ่งตามระดับการให้คะแนนดังนี้

4.1 เกณฑ์การวัดและการแปลผลการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์

วัดจากความบ่อยครั้งของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ จากสื่อบุคคล คือ สมาชิกในครอบครัวญาติ เพื่อน/คนรู้จัก บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชน คือ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร และจากสื่อเฉพาะกิจ คือ วารสารกรมประชาสัมพันธ์ จุลสาร คู่มือ แผ่นพับ/ใบปลิว โปสเตอร์/ป้ายประชาสัมพันธ์ บอร์ดประชาสัมพันธ์ การประชุมและสัมมนา เว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล		ค่าคะแนน
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	=	5
เดือนละ 7-8 ครั้ง	=	4
เดือนละ 5-6 ครั้ง	=	3
เดือนละ 3-4 ครั้ง	=	2
เดือนละ 1-2 ครั้ง	=	1
ไม่เคยเลย	=	0

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน		ค่าคะแนน
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	=	5
เดือนละ 7-8 ครั้ง	=	4
เดือนละ 5-6 ครั้ง	=	3
เดือนละ 3-4 ครั้ง	=	2
เดือนละ 1-2 ครั้ง	=	1
ไม่เคยเลย	=	0

ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ		ค่าคะแนน
มากกว่า 8 ครั้งต่อเดือน	=	5
เดือนละ 7-8 ครั้ง	=	4
เดือนละ 5-6 ครั้ง	=	3
เดือนละ 3-4 ครั้ง	=	2
เดือนละ 1-2 ครั้ง	=	1
ไม่เคยเลย	=	0

จากนั้นผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย และแบ่งระดับของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ออกเป็น 5 ระดับ คือ

เปิดรับข่าวสารระดับสูงมาก	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารอยู่ระหว่าง 4.50-5.00
เปิดรับข่าวสารระดับสูง	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารอยู่ระหว่าง 3.50-4.49
เปิดรับข่าวสารระดับปานกลาง	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารอยู่ระหว่าง 2.50-3.49
เปิดรับข่าวสารระดับต่ำ	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารอยู่ระหว่าง 1.50-2.49
เปิดรับข่าวสารระดับต่ำมาก	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการเปิดรับข่าวสารน้อยกว่า 1.50

4.2 เกณฑ์การวัดและการแปลผลการรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์

วัดจากการรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามจำนวน 20 ข้อ มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

กรณีตอบ ใช่	ให้	1	คะแนน
กรณีตอบ ไม่ใช่/ไม่แน่ใจ/ไม่ตอบ	ให้	0	คะแนน

ส่วนข้อคำถามเชิงลบ

- ด้านการบริหารจัดการ ข้อ 1, 2 และ 3	ตอบ ใช่	ให้	0	คะแนน
	ตอบ ไม่ใช่	ให้	1	คะแนน
- ด้านช่องทางการสื่อสารของกรมประชาสัมพันธ์				
ข้อ 2 และข้อ 4	ตอบ ใช่	ให้	0	คะแนน
	ตอบ ไม่ใช่	ให้	1	คะแนน

จากนั้นผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและแบ่งระดับของการรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

การรับรู้มาก	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.81-1.00
การรับรู้ปานกลาง	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.56-0.80
การรับรู้น้อย	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของการรับรู้อยู่ระหว่าง 0.00-0.55

4.3 เกณฑ์การวัดและการแปลผลภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์

วัดจากความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ภาพลักษณ์		ค่าคะแนน
เห็นด้วยอย่างยิ่ง/เชิงบวกมากที่สุด	=	5
เห็นด้วย/เชิงบวกมาก	=	4
ไม่แน่ใจ/เป็นกลาง	=	3
ไม่เห็นด้วย/เชิงบวกน้อย	=	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/เชิงบวกน้อยที่สุด	=	1

จากนั้นผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย และแบ่งระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ออกเป็น 5 ระดับ คือ

ภาพลักษณ์เชิงบวกมากที่สุด	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ระหว่าง 4.50-5.00
ภาพลักษณ์เชิงบวกมาก	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ระหว่าง 3.50-4.49
ภาพลักษณ์เป็นกลาง	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ระหว่าง 2.50-3.49
ภาพลักษณ์เชิงบวกน้อย	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นอยู่ระหว่าง 1.50-2.49
ภาพลักษณ์เชิงบวกน้อยที่สุด	หมายถึง	มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นน้อยกว่า 1.50

4.4 เกณฑ์การวัดบุคลิกลักษณะของกรมประชาสัมพันธ์ มีเกณฑ์การให้คะแนน คือ

ถ้าตัวเลือกใดถูกเลือกเป็น	อันดับ 1	ให้	3	คะแนน
	อันดับ 2	ให้	2	คะแนน
	อันดับ 3	ให้	1	คะแนน
ตัวเลือกที่ไม่ถูกเลือก		ให้	0	คะแนนทุกตัวเลือก

4.5 เกณฑ์การวัดและการแปลผลความสัมพันธ์ของตัวแปร

การแปลความหมายค่าความสัมพันธ์ การทดสอบไคสแควร์

ค่าความสัมพันธ์มากกว่า 0.67	หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
ค่าความสัมพันธ์ระหว่าง 0.33-0.66	หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
ค่าความสัมพันธ์ต่ำกว่า 0.33	หมายถึง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

5. การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จะทำการลงรหัสข้อมูล (Coding) แล้วนำผลไปประมวลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งเป็นโปรแกรมสำหรับวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ใช้การบรรยายข้อมูลโดยวิธีการแจกแจงความถี่ และใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

5.1.2 ข้อมูลด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์

5.1.3 ข้อมูลด้านการรับรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์

5.1.4 ข้อมูลด้านภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์

5.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

เป็นการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้ค่าสถิติ ดังนี้

5.2.1 สถิติไคสแควร์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน

- 1) การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์
- 2) การรับรู้มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์
- 3) ลักษณะทางประชากรมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์

5.2.2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบ

สมมติฐาน

- การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนสามารถอธิบายภาพลักษณ์กรมประชาสัมพันธ์ได้มากที่สุด