

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อบรรยาย (Descriptive Survey Research) ศึกษาถึง ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กล่าวคือ เป็นการสำรวจข้อมูลที่เกิดขึ้นโดยใช้แบบสอบถามที่มีรายละเอียดการดำเนินการ ดังต่อไปนี้

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2553 ทุกคนของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีและนักประชาสัมพันธ์ ทุกคน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1.2.1 นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย (Simple random Sampling) จำนวน 350 คน ซึ่งได้จากการเปิดตารางสำเร็จรูปของ Krejcie และ Morgan (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2540:303)\

1.2.2 นักประชาสัมพันธ์ ได้มาโดยทำการศึกษาจากประชากรทั้งหมด

##### 2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ตัวแปรพื้นฐาน ตัวแปรพื้นฐานสำหรับนักศึกษา คือ เพศ ภูมิฐานะเดิม ค่าใช้จ่ายในการศึกษา เหตุผลที่เลือกศึกษา คณะที่ศึกษา ระยะการเดินทาง สถานที่พักอาศัย

2.2 ตัวแปรพื้นฐานสำหรับนักประชาสัมพันธ์ คือ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา หน่วยงานที่สังกัด และประสบการณ์การทำงานด้านการประชาสัมพันธ์

2.3 ตัวแปรที่ศึกษา ศึกษาระดับของการรับรู้และระดับการจูงใจจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่ทำให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 4 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ และสื่ออื่นๆ

2.4 ศึกษาประสิทธิภาพของการใช้สื่อในการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 4 ด้าน คือ ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล ด้านการวางแผนและการตัดสินใจ ด้านการติดต่อสื่อสาร และด้านการประเมินผล

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม 2 ฉบับ มีรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถามที่ 1. ความคิดเห็นของนักศึกษาเกี่ยวกับระดับของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ในในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ได้แก่ เพศ คณะที่ศึกษา ภูมิลำเนาเดิม สาเหตุที่เลือกศึกษา สถานที่พักอาศัย ระยะการเดินทาง สื่อที่ทำให้ทราบว่าการประชาสัมพันธ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีจำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับ ระดับของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามหลักของลิเคอร์ท (Likert, อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2540 : 107-108) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตามใน 4 ด้าน ดังต่อไปนี้

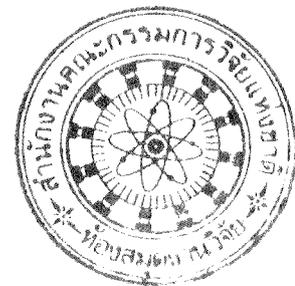
- |                             |               |
|-----------------------------|---------------|
| 1. ด้านสื่อบุคคล            | มีจำนวน 8 ข้อ |
| 2. ด้านสื่อสิ่งพิมพ์        | มีจำนวน 8 ข้อ |
| 3. ด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ | มีจำนวน 3 ข้อ |
| 4. ด้านสื่ออื่นๆ            | มีจำนวน 8 ข้อ |

ตอนที่ 3 สอบถามปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะอื่นๆ ของนักศึกษาเป็นคำถามแบบปลายเปิด จำนวน 4 ข้อ

แบบสอบถามที่ 2. ความคิดเห็นของนักประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการดำเนินงานและปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามสถานภาพส่วนตัวของนักประชาสัมพันธ์ คือ เพศ อายุ หน่วยงานที่สังกัดในปัจจุบัน วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ และแหล่งความรู้ที่ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ เป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามหลักของลิเคอร์ท (Likert, อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์ 2540 : 107-108) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตามใน 4 ด้าน ดังต่อไปนี้



## 2.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 4 ด้าน

2.1.1 ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล	มีจำนวน 7 ข้อ
2.1.2 ด้านการวางแผนและตัดสินใจ	มีจำนวน 8 ข้อ
2.1.3 ด้านการติดต่อสื่อสาร	มีจำนวน 10 ข้อ
2.1.4 ด้านการประเมินผล	มีจำนวน 8 ข้อ

## 2.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ 4 ด้าน

2.2.1 ด้านการวิจัยและแสวงหาข้อมูล	มีจำนวน 4 ข้อ
2.2.2 ด้านการวางแผนและตัดสินใจ	มีจำนวน 4 ข้อ
2.2.3 ด้านการติดต่อสื่อสาร	มีจำนวน 8 ข้อ
2.2.4 ด้านการประเมินผล	มีจำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ สิ่งที่ต้องการให้มหาวิทยาลัยแก้ไขปรับปรุง และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงด้านอื่นๆ เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดจำนวน 3 ข้อ

เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนจากแบบถามตอนที่ 2 ทั้ง 2 ฉบับ แบ่งเป็น 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของเบสท์ (John W. Best) ดังนี้คือ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.51-5.00	คะแนนถือว่าอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.51-4.50	คะแนน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์มาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.51-3.50	คะแนน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.51-2.50	คะแนน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์น้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.50	คะแนน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่น้อยที่สุด

## 4. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย เรื่อง ประสิทธิภาพของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนสนใจเข้าศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสารวิชาการ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง ระดับของสื่อในการประชาสัมพันธ์ ที่มีผลต่อการรับรู้และการจูงใจให้นักเรียนเข้าศึกษาต่อโดยใช้สื่อ 4 ประเภท คือ สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุและโทรทัศน์ และสื่ออื่นๆ และประสิทธิภาพของการใช้สื่อในการดำเนินงานและปัญหาอุปสรรคในด้านการประชาสัมพันธ์ทั้ง 4 ด้าน คือ การวิจัยแสวงหาข้อมูล การวางแผนและตัดสินใจ การติดต่อสื่อสาร และการประเมินผล

ขั้นที่ 2 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบให้มีความสอดคล้องและครอบคลุม ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและตามกรอบแนวคิดของการวิจัย

ขั้นที่ 3 นำเสนอผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 โดยเกณฑ์การกำหนดคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็น ดังนี้

- + 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามมีความเหมาะสม
- 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่
- 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความเหมาะสม

นำแบบสอบถามที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละข้อ ไปหาดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้ สูตร IOC =  $\frac{\sum R}{N}$

เมื่อ

$$\begin{aligned} \text{IOC} &= \text{ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม} \\ \sum R &= \text{ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ} \\ N &= \text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญ} \end{aligned}$$

สรุปแบบสอบถาม ฉบับที่ 1 สำหรับนักศึกษา มีข้อคำถามทั้งหมด จำนวน 31 ข้อ ใช้ได้ทั้งหมดทุกข้อ และแบบสอบถามฉบับที่ 2 สำหรับนักประชาสัมพันธ์ มีข้อคำถามทั้งหมด 61 ข้อ เมื่อนำมาวิเคราะห์หาค่า IOC แล้วมีข้อที่ต้องตัดออก จำนวน 3 ข้อ เหลือแบบสอบถามที่ใช้ได้จริง จำนวน 58 ข้อ (ตามรายละเอียดภาคผนวก ข)

ขั้นที่ 4. หลังจากได้ปรับปรุงแบบสอบถามตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญแนะนำ แล้วจึงนำแบบสอบถาม ฉบับ 1 ไปทดลองใช้กับนักศึกษา ชั้นปีที่ 1 ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ที่ไม่ใช่งroupตัวอย่าง จำนวน 30 คน และฉบับที่ 2 ไปทดลองใช้กับนักประชาสัมพันธ์ ที่มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จำนวน 20 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้คำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด 2535:96)

## สูตรค่าความเชื่อมั่น

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left\{ \frac{\sum S^2_i}{S^2_t} \right\}$$

$\alpha$  = สัมประสิทธิ์ ความเชื่อมั่น

$K$  = จำนวนข้อ

$\sum S^2_i$  = คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ

$S^2_t$  = คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ

หลังจากได้นำแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามทั้ง 2 ฉบับ ไปทดลองใช้ ผลที่ได้ ดังนี้คือ

ฉบับที่ 1 ตอนที่ 2 ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับของสื่อประชาสัมพันธ์ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.9236 (รายละเอียดในภาคผนวก ค)

ฉบับที่ 2 ตอนที่ 2 ซึ่งเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของนักประชาสัมพันธ์ 4 ด้าน ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.9581 และด้านปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์เท่ากับ 0.9759 (รายละเอียดในภาคผนวก ค)

ขั้นที่ 5. หลังจากคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเรียบร้อยแล้ว จึงได้นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง เมื่อถูกต้องเรียบร้อยแล้วจึงนำไปจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริงต่อไป (ดังแผนภูมิที่ 3 แสดงขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม)

แผนภูมิที่ 3 แสดงขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม



## 5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลมาดำเนินการดังนี้คือ

1. ผู้วิจัยทำหนังสือแนะนำตัวจากในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ถึงอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เพื่อชี้แจงรายละเอียด และขออนุมัติ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. เมื่อได้รับการอนุมัติแล้ว ผู้วิจัยเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลนักประชาสัมพันธ์ที่เป็น ประชากรทั้งหมด ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
3. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาปีที่ 1 ในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล ด้วยตนเองบางส่วน ได้ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลให้
4. ทำการแจกแบบสอบถามให้กับนักประชาสัมพันธ์ ที่เป็นประชากรทั้งหมด

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำเสนอข้อมูลที่ได้มาดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. นำข้อมูลมาจัดระเบียบเพื่อนำ ไปสร้างคู่มือลงรหัส
3. ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนนตามที่วางไว้
4. ลงรหัสตามคู่มือลงรหัส และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

(Statistical Package for the Social Sciences : SPSS for Windows)

## 8. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำเร็จรูป SPSS for Windows โดยใช้สถิติในการวิจัย ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 ในตอนที่ 1 วิเคราะห์หาค่าความถี่ และค่าสถิติร้อยละนำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางโดยประกอบความเรียง
2. วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองส่วน ในตอนที่ 2 ใช้วิธีการ วิเคราะห์ โดยการกำหนดระดับคะแนน มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ตามลำดับ จากนั้น ทำการ หาค่าเฉลี่ย  $\bar{x}$  และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) สรุปผลตามเกณฑ์ในการแปลความหมาย ของแบบสอบถาม ทั้ง 2 ฉบับ กำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) เพื่อกำหนดคำตอบให้เลือกตอบ ดังนี้ คือ

มากที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 5
มาก	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	หมายความว่า	มีค่าคะแนนเท่ากับ 1

เกณฑ์ในการแปลความหมายของคะแนนจากแบบถามตอนที่ 2 ทั้ง 2 ฉบับ แบ่งเป็น 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของเบสท์ (John W.Best) ดังนี้คือ

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	4.51-5.00	คะแนน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	3.51-4.50	คะแนน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์มาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	2.51-3.50	คะแนนถือว่าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.51-2.50	คะแนน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์น้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	1.00-1.50	คะแนน ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ทั้งฉบับที่ 1 และ 2 คือ ข้อเสนอแนะอื่นๆ เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์และปัญหาในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์ เนื้อหา (Content Analysis) แล้วจึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และลำดับที่