



### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์องค์กรเพื่อการสรรหานักบุคลากรเข้าทำงาน” เป็นการวิจัยแบบสหวิธีการ คือ การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

ส่วนที่ 1) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิ (primary Research) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้บริหาร ผู้รับผิดชอบเรื่องการประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารองค์กร และผู้รับผิดชอบเรื่องการสรรหานักบุคลากรเข้าทำงานของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

ส่วนที่ 2) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (Cross-sectional Study) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับการรับรู้โครงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ และการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านต่างๆของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

#### ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการวัดความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์และกระบวนการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์องค์กรของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) แล้วนำมาวิเคราะห์ว่าได้มีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์องค์กรมาใช้เป็นเครื่องมือในการสรรหานักบุคลากรเข้าทำงานของแต่ละองค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 1. แหล่งข้อมูลที่ใช้ศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แหล่งข้อมูล 2 ประเภทได้แก่ แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษา และแหล่งข้อมูลเอกสารซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการวิจัย

1. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล หรือข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้บริหาร ผู้บริหาร ผู้รับผิดชอบเรื่องการประชาสัมพันธ์หรือการ

สื่อสารองค์กร และผู้รับผิดชอบเรื่องการสรรหาบุคลากรเข้าทำงานของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์ และเก็บรวบรวมข้อมูลจากบุคคลที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูงหรือระดับบริหารของแต่ละองค์กร รวมถึงที่รับผิดชอบงานเรื่องกาประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารองค์กร และผู้รับผิดชอบเรื่องการสรรหาบุคลากรเข้าทำงานของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) รวมจำนวนผู้ที่ให้สัมภาษณ์ เจาะลึกครั้งนี้ทั้งสิ้น 9 คน สามารถแสดงกลุ่มตัวอย่างได้ดังต่อไปนี้

ลำดับ ที่	หน่วยงาน	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	วันที่ สัมภาษณ์
1.	บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)	คุณรุ่งโรจน์ รังสียोगาส	ผู้ช่วยผู้จัดการใหญ่ บริษัท ปูนซิเมนต์ ไทย จำกัด (มหาชน)	19 มี.ค. 52
2.	บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)	คุณวินัด อัคร สิทธิถาวร	ผู้อำนวยการสำนักงานสื่อสารองค์กร	25 มี.ค. 52
3.	บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)	คุณ อภิ ฤดี พัฒนสินะกุล	ผู้จัดการฝ่ายสรรหา	25 มี.ค. 52
4.	บริษัท แอดวานซ์ อิน โฟร์ เซอร์วิส จำกัด	คุณวิไล เคียง ประดู่	ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการส่วนงาน ประชาสัมพันธ์	30 มี.ค. 52
5.	บริษัท แอดวานซ์ อิน โฟร์ เซอร์วิส จำกัด	คุณจารุพันธ์ อิทธิอาวัชกุล	ผู้ช่วยกรรมการผู้อำนวยการส่วนงาน พัฒนาบุคคล	30 มี.ค. 52
6.	บริษัท แอดวานซ์ อิน โฟร์ เซอร์วิส จำกัด	คุณสรศักดิ์ชัย เดี่ยวประเสริฐ	หัวหน้าคณะผู้บริหารการตลาด	31 มี.ค. 52
7.	ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	คุณรังษี นุรณ ประภาพงศ์	ผู้อำนวยการฝ่าย - ผู้บริหารงาน ประชาสัมพันธ์ สายงานบริหาร	1 เม.ย. 52
8.	ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	คุณเป็นหนึ่งใน ไชยชิต	ผู้อำนวยการฝ่าย - ผู้บริหารงาน กิจกรรมและสื่อสัมพันธ์องค์กร	1 เม.ย. 52
9.	ธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	คุณสมเกียรติ ศิริชาติไชย	รองกรรมการผู้จัดการสายงาน ทรัพยากรบุคคล	2 เม.ย. 52

2. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร จะเป็นข้อมูลข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่

- เอกสารต่างๆของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
- สิ่งพิมพ์ทั่วไป ได้แก่ นิตยสารและวารสาร หนังสือพิมพ์ บทสัมภาษณ์ ข่าว ฯลฯ
- อินเทอร์เน็ต

## 2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากบุคคลในบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และธนาคาร กสิกรไทย จำกัด

(มหาชน) และสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และธนาคาร กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2551 ถึง วันที่ 2 เมษายน 2552 สามารถแบ่งประเภทข้อมูลที่ได้มาดังนี้

โดยนำข้อมูลที่ได้มาใช้ศึกษาวิเคราะห์ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรเพื่อเป้าหมายเชิงการสรรหาบุคลากรเข้าทำงานของแต่ละองค์กร โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเองประกอบการบันทึกเสียงไว้ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

ในการติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1.1 ทำการติดต่อทางโทรศัพท์กับเลขานุการของผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อนัดหมายวัน เวลา และสถานที่สัมภาษณ์ พร้อมทั้งส่งแนวคำถามให้พิจารณาก่อนล่วงหน้า

1.2 ก่อนการสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์จะขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลในการบันทึกเทปตลอดการสัมภาษณ์

1.3 เมื่อเสร็จสิ้นจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยกล่าวขอบคุณผู้ให้ข้อมูล พร้อมทั้งอธิบายเพิ่มเติมว่า หลังจากนำข้อมูลที่ได้ไปทำการวิเคราะห์โดยละเอียด และมีประเด็นใดเพิ่มเติม จะขอเข้ามาสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลอีกครั้งในภายหลัง

1.4 หลังการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำเทปที่บันทึกคำสัมภาษณ์มาถอดเทปการสนทนา มาประกอบกับการจดบันทึก เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่

1. ผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้สัมภาษณ์
2. แบบสัมภาษณ์
3. สมุดจดรายละเอียด
4. เครื่องบันทึกเสียง

แบบสัมภาษณ์ตามแนวคำถาม (Question Guideline) ที่ออกแบบไว้เบื้องต้น มีการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ ซึ่งได้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง และจะมีการนำร่องประเด็นคำถามที่เรียงเรียงขึ้นไปขอคำแนะนำและคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ทั้งเชิงเนื้อหา (Content Validity) และเชิงโครงสร้างว่าเครื่องมือที่นำมาใช้ สามารถวัดประเด็นที่ต้องการวัดได้จริง เพื่อให้แบบสัมภาษณ์และประเด็น

คำถามดังกล่าวมีความถูกต้อง สามารถใช้เก็บข้อมูลกลับมาได้อย่างครอบคลุมตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ประเด็นคำถามหลักที่ใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ มีด้วยกัน 3 ส่วน โดยแต่ละส่วนประกอบด้วย

- |           |                                                                                                         |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ส่วนที่ 1 | คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ ตำแหน่ง ประสบการณ์ใน การทำงาน และหน้าที่รับผิดชอบ |
| ส่วนที่ 2 | คำถามเกี่ยวกับกระบวนการประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์องค์กรเพื่อการสรร หานบุคลากรเข้าทำงาน                 |
| ส่วนที่ 3 | คำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์องค์กรเพื่อการ สรรหานบุคลากรเข้าทำงาน                |

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำรายละเอียด ข้อมูลทั้งหมด จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมาทำการถอดคำ สนทนาจากเครื่องบันทึกเสียง พร้อมทั้งนำข้อมูลจากเอกสารที่ได้รวบรวมไว้มาทำการวิเคราะห์ ร่วมกับการใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่กำหนดไว้ในบทที่ 2 มาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อ ช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และทำการตีความข้อมูลทั้งหมดในลักษณะการวิเคราะห์ ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

### 4. การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลในการวิจัยใช้การวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในประเด็นที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ คือ กระบวนการประชาสัมพันธ์ สร้างภาพลักษณ์องค์กรการสรรหานบุคลากรเข้าทำงาน และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์สร้าง ภาพลักษณ์องค์กรเพื่อการสรรหานบุคลากรเข้าทำงานเป็นอย่างไรโดยนำข้อมูลที่ได้จาก กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลมาวิเคราะห์และนำเสนอไปพร้อมๆกัน

### ส่วนที่สอง การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยในส่วนนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้การวัดใน ลักษณะการเก็บข้อมูลแบบครั้งเดียว ด้วยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับ กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการตรวจสอบ คุณภาพของเครื่องมือ การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและเกณฑ์การให้คะแนน การวัดความ เชื่อ มั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ การเก็บรวบรวม วิเคราะห์ ประมวลผล และนำเสนอข้อมูล โดยมีละเอียดดังนี้



### 1. กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรเชิงการสรรหาบุคลากรเข้าทำงานของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และ ธนาคาสกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชาชนวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,710,883 คน

### 2. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเลือกจากเขตพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานครออกมาจำนวน 10 เขต ได้แก่ เขตปทุมวัน เขตพญาไท เขตคลองเตย เขตพระนคร เขตบางพลัด เขตบางกอกน้อย เขตดุสิต เขตห้วยขวาง เขตบางกะปิ และเขตดอนเมือง

วิธีสุ่มแบบกำหนดผู้บริโภคร (Quota Sampling) ให้ได้จำนวนตัวอย่างในแต่ละเขตเท่าๆกัน คือ เขตละ 40 คน

วิธีสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ ใน 10 เขตพื้นที่ เพื่อให้มาซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่กำหนดไว้

### 3. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อน 10% จำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 100 คน (Taro Yamane หน้า 866 อ้างถึงในวิเชียร เกตุสิงห์, 2541:24)

### 4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณใช้การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีการตั้งคำถามชนิดปลายปิด (Closed-ended questions)

### 5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะทำหน้าที่แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือกเป็นผู้กรอกข้อมูลด้วยตนเอง (Self-Administered Questionnaire) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 16 มกราคม 2552 ถึง วันที่ 20 มีนาคม 2552

### 6. เกณฑ์การกำหนดคะแนนและการแปลความหมาย

การให้คะแนนตัวแปรต่างๆ มีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1. การรับรู้โครงการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยเป็นคำถามที่วัดการรู้จักและจำได้ต่อโครงการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยจะคัดเลือกคำถามส่วนนี้มาจากการสัมภาษณ์ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามหลักของ Likert Scale ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน คือ

รู้จักดีมาก	5	คะแนน
รู้จักดี	4	คะแนน
รู้จักพอประมาณ	3	คะแนน
ไม่ค่อยรู้จัก	2	คะแนน
ไม่เคยรู้จักเลย	1	คะแนน

นำผลรวมของคะแนนทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยแล้วจัดระดับเกี่ยวกับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโครงการประชาสัมพันธ์ของการรับรู้โครงการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เป็น 5 ระดับ คือ

มีระดับการรู้จักดีมาก	4.24-5.00	คะแนน
มีระดับการรู้จักดี	3.43-4.23	คะแนน
มีระดับการรู้จักปานกลาง	2.62-3.42	คะแนน
มีระดับการรู้จักน้อย	1.81-2.61	คะแนน
มีระดับการรู้จักน้อยที่สุด	1.00-1.80	คะแนน

2. การรับรู้โครงการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) โดยเป็นคำถามที่วัดการรับรู้ภาพลักษณ์ในด้านต่างๆบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนตามหลักของ Likert Scale ดังนี้

เกณฑ์การให้คะแนน คือ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	คะแนน
เห็นด้วย	4	คะแนน
เฉยๆ	3	คะแนน

ไม่เห็นด้วย	2	คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	คะแนน

นำผลรวมของคะแนนทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ยแล้วจัดระดับเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอควานซ์ อินโฟร์ เซอวิสเซ จำกัด (มหาชน) และธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) เป็น 5 ระดับ คือ

มีภาพลักษณ์ดีมาก	4.24-5.00	คะแนน
มีภาพลักษณ์ดี	3.43-4.23	คะแนน
มีภาพลักษณ์เป็นกลาง	2.62-3.42	คะแนน
มีภาพลักษณ์ไม่ดี	1.81-2.61	คะแนน
มีภาพลักษณ์ไม่ดีมาก	1.00-1.80	คะแนน

#### 7. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามดังนี้

1. ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยผู้วิจัยทำการหารือกับอาจารย์ที่ปรึกษา ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในการวิจัย แล้วจึงนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างก่อนนำไปใช้จริง

2. ผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามไปทำการทดลองใช้ (Pre-test) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ (Relevance) ของเนื้อหาและความเป็นไปได้ (Feasibility) ในแง่ของคำตอบที่ได้รับจากผู้ทำการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนวิเคราะห์ถึงความยากง่ายของภาษาที่ใช้ และนำแบบสอบถามไปหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของ ครอนบาช (Cronbach's Coefficient Alpha) ในแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ที่ให้คะแนนแต่ละข้อเป็น 1, 2, 3, 4 และ 5 (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543:93)

ผลที่ได้จากการคำนวณค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่า Alpha ซึ่งผลออกมาดังนี้



ส่วนของแบบสอบถาม	ค่าความเชื่อถือได้ (Reliability Coefficient)
การรับรู้โครงการประชาสัมพันธ์ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	0.855
การรับรู้ภาพลักษณ์ด้านต่างๆของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)	0.865

พบว่ามียกระดับค่าความเชื่อถือได้ (Reliability Coefficient)

#### 8. การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

งานวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอการวิจัยด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการ แจกแจงความถี่ แสดงตารางเป็นค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้การรับรู้โครงการประชาสัมพันธ์และภาพลักษณ์ของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) และ ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ลงรหัส (Coding) แล้วนำมาประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) for Windows เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติ จากนั้นนำผลคำนวณทางสถิติ ที่ได้มาเขียนการวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัยต่อไป