

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษาวิจัยเพื่อประเมินผล “การรับชมรายการประเภทเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์การ: รายการเพื่อนคู่คิด - มิตรคู่บ้าน ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) “ โดยมีรายละเอียดและขั้นตอนในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่ศึกษาและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้ดุลยพินิจของผู้วิจัย ว่า ประชากรที่ผู้วิจัยจะทำการศึกษา คือ ผู้ชมรายการ เพื่อนคู่คิด - มิตรคู่บ้าน ที่เขียนจดหมาย ติดต่อเข้ามาในรายการ ปี 2539 เพื่อขอรายละเอียดเพิ่มเติม แนะนำรายการ หรือขอหนังสือ เพื่อนคู่คิด ที่ทางรายการพิมพ์แจกให้สำหรับผู้ชมรายการเขียนจดหมายขอเข้ามา จำนวน 525 คน โดยมีความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างดังนี้ :

ภาคกลาง	จำนวน	268	คน
ภาคเหนือ	จำนวน	64	คน
ภาคใต้	จำนวน	38	คน
ภาคตะวันออก	จำนวน	42	คน
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	จำนวน	69	คน
ภาคตะวันตก	จำนวน	44	คน
	รวมจำนวน	525	คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย สอบถามจาก อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการวิจัย

เนื้อหาของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย มี 50 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ เพื่อนคู่คิด - มิตรคู่บ้าน
จำนวน 14 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการนำสิ่งที่ได้รับชมรายการเพื่อนคู่คิด - มิตรคู่บ้าน ไปใช้
ประโยชน์จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อรายการเพื่อนคู่คิด - มิตรคู่บ้าน และคำถามเกี่ยว
กับทัศนคติ ต่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 ข้อ

- คำถามข้อที่ 1-5 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบ ด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้
- คำถามข้อที่ 6-19 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ เพื่อนคู่คิด - มิตรคู่บ้าน ซึ่งประกอบด้วย สถานีโทรทัศน์ที่เปิดรับ สาเหตุที่รู้จักรายการ วันและเวลาที่รายการเพื่อนคู่คิด-มิตรคู่บ้าน ออกอากาศ สถานที่ที่ชม ลักษณะการรับชม เหตุผลที่ชม รู้ลักษณะของรายการสามารถระบุรายการที่ออกอากาศไปแล้ว ความสนใจต่อรายการรวมทั้งความบ่อยครั้ง และการติดตามชมรายการและ พฤติกรรมหลังจากชมรายการ
- คำถามข้อที่ 20-23 เป็นคำถามเกี่ยวกับการนำสิ่งที่ได้รับจากการชมรายการเพื่อนคู่คิด ไปใช้ ประโยชน์อื่นประกอบไปด้วย ความสนใจชมรายการ และประโยชน์ที่ได้รับ จากการชมรายการเพื่อนคู่คิด ได้แก่ ความสามารถนำไปประกอบอาชีพใน ปัจจุบันและในอนาคต เปลี่ยนจากอาชีพเดิมไปสู่อาชีพใหม่ตามที่รายการ แนะนำ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ในชีวิตประจำวันต่อครอบครัว สามารถ

ประกอบอาชีพสร้างรายได้เสริมและรายได้หลักให้กับครอบครัว หักทดลอง ปฏิบัติตามที่รายการแนะนำ ได้ทราบถึงวิธีการของอาชีพต่าง ๆ ที่มีอยู่ อย่างมากมาย แนะนำและถ่ายทอดเรื่องในรายการให้ผู้อื่นประกอบอาชีพ ตามที่ชมจากรายการ แนะนำให้ผู้ที่ยังไม่มีอาชีพดูรายการ นำเรื่องจากรายการที่ได้ชมไปสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น นำเรื่องที่ได้ชมไปพูดคุยกับสมาชิกในครอบครัว และระบอาชีพที่สนใจที่สุด 5 อันดับได้

คำถามข้อที่ 24-25 เป็นคำถามเกี่ยวกับการนำสิ่งที่ได้รับชมรายการ มิตรคู่บ้าน ไปใช้ประโยชน์ อันประกอบไปด้วยความสนใจชมรายการ และประโยชน์ที่ได้รับจากการชมรายการมิตรคู่บ้านได้แก่ การนำข้อคิดและคติไปใช้ในชีวิตประจำวัน รู้จัก และเข้าใจชีวิตตนเองและผู้อื่นมากขึ้น เคารพกฎระเบียบของสังคม เข้าใจสภาพปัญหาในสังคม มีจิตสำนึกที่ดีในการอยู่ร่วมกันในสังคม มองโลกกว้างขึ้นและมองโลกในแง่ดี มีเหตุผลพิจารณาญาณในการตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆ ใช้หลักธรรมะที่รายการแนะนำมาใช้เป็นหลักความคิดประจำตน ประพฤติดี มีศีลธรรม ดำเนินชีวิตตามหลักธรรมของศาสนา นำไปอบรมสั่งสอนสมาชิกในครอบครัว ทำให้ครอบครัวมีความสุขมากขึ้น

คำถามข้อที่ 26-39 เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อรายการ เพื่อนคู่คิด - มิตรคู่บ้าน และต่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ข้อ 26 - 39 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรายการอันได้แก่ ระยะเวลาการออกอากาศ ช่วงเวลาที่ออกอากาศ เนื้อหาที่น่าสนใจ ข้อมูลที่น่าสนใจ รายการมีส่วนทำให้รู้คุณค่าของเงินกระตุ้นให้เกิดการออม ภาษาที่ใช้เป็นภาษาที่เข้าใจง่าย การให้การสนับสนุนของธนาคารต่อรายการ การเพิ่มเวลาออกอากาศให้มากขึ้น ธนาคารมีความคิดริเริ่มที่ดีช่วยให้ผู้มีความรู้น้อยแต่ขยันได้มีช่องทางทำมาหากิน ธนาคารสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับประชาชน นิยมชมชอบเชื่อถือและศรัทธาต่อธนาคาร เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธนาคารมีส่วนทำให้เกิดบัญชีกับธนาคาร โดยให้ประเมินความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

คำถาม ข้อที่40-45 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะที่ผู้ชม ชมรายการแล้วติดต่อเข้ามาในรายการ เหตุผลที่ต้องการติดต่อ ความคิดเห็นในการปรับปรุงรายการ ชมรายการ สารคดีอื่น ๆ ที่นำเสนอโดยธนาคารอื่น ๆ ระบุได้ว่า แต่ละธนาคารเสนอรายการสารคดีอะไร เปรียบเทียบความสนใจชมรายการระหว่างรายการที่ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เสนอกับรายการที่ธนาคารอื่น เสนอ

คำถาม ข้อที่46-50 เป็นคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคาร อันประกอบด้วย การใช้บริการของผู้ชมรายการต่อธนาคารแต่ละธนาคาร ใช้บริการก่อนหรือหลังชมรายการ เพื่อนคู่คิด - มิตรคู่บ้าน รายการมีส่วนหรือไม่มีส่วนต่อการตัดสินใจเปิดบัญชีกับธนาคาร กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หลังจากชมรายการเพื่อนคู่คิด - มิตรคู่บ้านแล้วมองภาพลักษณ์ของ ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) แตกต่างไปจากเดิม หรือเหมือนเดิม ภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด(มหาชน) เป็นอย่างไรหลังจากชมรายการเพื่อนคู่คิดมิตรคู่บ้าน

ลักษณะของแบบสอบถามมีโครงสร้างของคำถาม 2 แบบ คือ

1. แบบคำถามปลายปิด (Close - Ended Questionnaire)

โดยมีคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) ซึ่งผู้วิจัย ได้กำหนดคำตอบไว้ล่วงหน้า ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม คำถามเกี่ยวกับทัศนคติ และการนำไปใช้ประโยชน์

2. แบบคำถามปลายเปิด (Open - Ended Questionnaire)

เป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบ ตอบในช่องว่างที่เว้นไว้ให้ ได้แก่ คำถามที่ผู้ตอบสามารถเลือกตอบหัวข้อ อื่น ๆ ไปรระบุ..... และคำถามที่ผู้ตอบได้จัดลำดับตามความคิดเห็นของผู้ตอบเอง

3. ตัวแปรที่ศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่องการรับชมรายการประเภทเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร; รายการเพื่อนคู่คิด - มิตรคู่บ้าน ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยได้พิจารณาในการศึกษาครั้งนี้ คือ

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) เป็นตัวแปรอิสระ อันเป็นต้นเหตุของตัวแปรตาม ได้แก่

- ตัวแปรด้านลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้
- ตัวแปรด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ได้แก่ ความถี่ ลักษณะการเปิดรับ

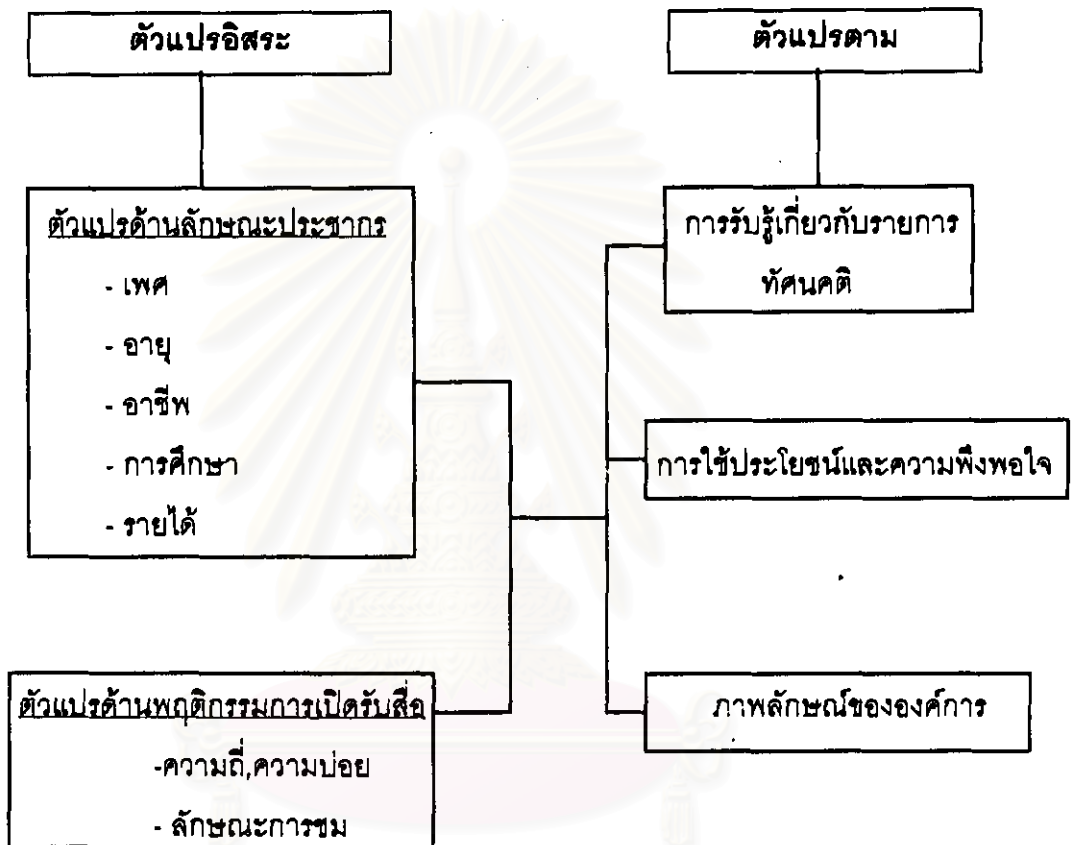
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) เป็นผลมาจากตัวแปรอิสระ ได้แก่

- ตัวแปรด้านทัศนคติ และการรับรู้เกี่ยวกับรายการ ได้แก่ ความคิดเห็นต่อรายการ การเลือกชม
- ตัวแปรด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ได้แก่ การทดลองปฏิบัติตาม ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น
- ตัวแปรด้านภาพลักษณ์ขององค์กร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 ประเภท สามารถแสดงออกมาเป็นแผนภาพดังนี้

แผนภาพที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม



4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดย ส่งแบบสอบถาม ทางไปรษณีย์ ให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 525 ชุด โดยกำหนดช่วงเวลาการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 20 มกราคม - 10 กุมภาพันธ์ 2540 เมื่อครบกำหนดปรากฏว่า ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 382 ชุด

5. เกณฑ์การให้คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนมีรายละเอียดดังนี้

1. คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการ การนำสิ่งที่ได้รับจากการชมรายการไปใช้ประโยชน์ และคำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) รวม 25 ข้อ วัดคำตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม เทียบกับความถูกต้องตามความเป็นจริง

2. คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อรายการ เพื่อนคู่คิด - มิตรคู่บ้าน และคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) จำนวน 20 ข้อ แบ่งเป็น 5 ระดับ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยอ่านค่าคะแนนจากมากไปหาน้อย เป็น 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับ

3. การแปลความหมายของผลการวิเคราะห์จากค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ไว้ดังนี้-
- | | |
|---------------------|--|
| ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 | แปลว่า มีทัศนคติที่ไม่ดีมากต่อรายการเพื่อนคู่คิด-มิตรคู่บ้าน |
| ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 | แปลว่า มีทัศนคติที่ไม่ดี ต่อรายการเพื่อนคู่คิด-มิตรคู่บ้าน |
| ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 | แปลว่า มีทัศนคติเป็นกลางต่อรายการเพื่อนคู่คิด-มิตรคู่บ้าน |
| ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 | แปลว่า มีทัศนคติที่ดีต่อรายการเพื่อนคู่คิด-มิตรคู่บ้าน |
| ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 | แปลว่า มีทัศนคติที่ดีมากต่อรายการเพื่อนคู่คิด-มิตรคู่บ้าน |

6. การทดสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Pre-Test) เก็บข้อมูลจำนวน 30 ชุด และขอคำแนะนำ ตรวจสอบแก้ไข จากนักวิชาการก่อน เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรง และเชื่อถือได้ โดยวิธีการเช่นนี้ คือความเที่ยงตรงตามที่เห็นเด่นชัด (Face validity) แล้วนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขทางด้านภาษาให้สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistical Package for the Social Science) ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำผลมาสรุปแล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย วิธีวิเคราะห์และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ มีดังนี้

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) ใช้การแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับ

- ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้
- พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพื่อนคู่คิด-มิตรคู่บ้าน
- การนำสิ่งที่ได้รับจากการชมรายการไปใช้ประโยชน์
- ทัศนคติต่อรายการเพื่อนคู่คิด-มิตรคู่บ้าน และทัศนคติต่อธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)
- ภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน)

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.1 การทดสอบค่า t (t-test) หาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของตัวแปร

2.2 หาค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient-Rxy) เพื่อดูความสัมพันธ์ของตัวแปร

8. การประมวลผล

1. ลงรหัสในแบบสอบถาม เพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถอ่านค่าได้

2. วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยนำแบบสอบถามที่ลงรหัสข้อมูลแล้วไปเขียนลงใน Coding Form และป้อนโปรแกรมกับข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS/PC+

3. พิมพ์ข้อมูล (Print Out) เพื่อตรวจสอบข้อผิดพลาดในการประมวลผล แล้วจึงนำผลที่ได้มาลงตารางวิเคราะห์ทางสถิติแปลความหมายข้อมูลที่ประมวลผล และสรุปผล