

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

##### รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเพื่อศึกษาถึง การสื่อสาร “ความเป็นไทย” ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยวัดจากการที่ชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยโดยใช้บริการของสายการบินไทย ได้รับข่าวสารจากสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อระหว่างบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ แล้วเกิดการรับรู้ ความรู้ ความจดจำได้ถึงเรื่องราวที่น่าเสนอ และเกิดทัศนคติที่ดีต่อความเป็นไทย โดยทำการศึกษาว่าชาวต่างประเทศมีการเปิดรับสื่อสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้หรือไม่ ในข้อ 1-6 โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเป็นตัวแทนของประชากรที่ต้องการศึกษา

##### ประชากร

ในการทำวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกประชากร เป้าหมาย คือ ชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยโดยใช้บริการสายการบินไทย ซึ่งจากรายงานประจำปีงบประมาณพุทธศักราช 2541 ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ระบุว่า มีจำนวนผู้ใช้บริการสูงถึง 15,199,000 คนต่อปี

##### การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้สามารถเป็นตัวแทนของประชากรที่ต้องการจะศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ได้ ผู้วิจัยอาศัยการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีใช้สูตรของ Taro Yamane (อ้างถึงใน วิเชียร เกตุสิงห์ , 2534) โดยต้องการความเชื่อมั่นประมาณ 95 % และความผิดพลาดคลาดเคลื่อน ไม่เกิน 5 % ดังนี้

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

เมื่อ  $n$  คือ จำนวนตัวอย่าง

$N$  คือ ขนาดของประชากร

$e$  คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้

แทนค่า  $N = 15,199,000$  คน

$e = 0.05$

$$n = \frac{15,199,000}{1 + 15,199,000(0.05)^2}$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง = 400 คน

จากสูตรดังกล่าวพบว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างต้องมีอย่างน้อย 400 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาไว้ 400 คน

### การเลือกตัวอย่าง

ในการเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) โดยดำเนินการตามลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 7 ประเภท ตามสัญชาติและภูมิภาค (Stratified Sampling) โดยวิธีคือ แยกชาวต่างประเทศให้มีความแตกต่างกันตามสัญชาติและภูมิภาค คือ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชีย เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย และเมื่อแยกประเภทแล้วทุกกลุ่มต้องถูกดึงมาตามสัดส่วน (Proportional) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยข้อมูลสถิติที่ได้จากเอกสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทยโดยทางเครื่องบินในปี พุทธศักราช 2541 ตั้งแต่ เดือน มกราคม ถึงเดือนธันวาคม ดังนี้ คือ

ชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยโดยทางเครื่องบินแยกตามสัญชาติ  
เดือน มกราคม - เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2541

	รวม 6431527 คน	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง 400 คน
<b>เอเชียตะวันออกเฉียงใต้</b>	<b>783,386 คน</b>	<b>เฉลี่ย 12% 40 คน</b>
สิงคโปร์	403,518 คน	25 คน
มาเลเซีย	221,156 คน	10 คน
ฟิลิปปินส์	72,357 คน	3 คน
อินโดเนเซีย	32,799 คน	2 คน
ลาว, เวียดนาม, บรูไน	46,556 คน	3 คน
<b>เอเชีย</b>	<b>2,566,608 คน</b>	<b>เฉลี่ย 38% 150 คน</b>
ญี่ปุ่น	960,258 คน	60 คน
จีน	601,741 คน	45 คน
ไต้หวัน	417,613 คน	20 คน
ฮ่องกง	289,582 คน	15 คน
เกาหลี	209,287 คน	10 คน
อื่น ๆ	88,127 คน	
<b>เอเชียใต้</b>	<b>256,417 คน</b>	<b>เฉลี่ย 2.5% 10 คน</b>
อินเดีย	157,135 คน	6 คน
ปากีสถาน, ศรีลังกา, บังกลาเทศ	80,136 คน	4 คน
อื่น ๆ	19,146 คน	
<b>ตะวันออกกลาง</b>	<b>145,466 คน</b>	<b>เฉลี่ย 0.5% 6 คน</b>
อาหรับเอมิเรตส์	19,623 คน	4 คน
อิสราเอล, โอมาน	56,687 คน	2 คน
อื่น ๆ	71,170 คน	

-ต่อ-

<b>ยุโรป</b>	<b>1,983,785</b>	<b>คน</b>	<b>เฉลี่ย 32%</b>	<b>135</b>	<b>คน</b>
อังกฤษ	446,730	คน		33	คน
เยอรมัน	374,269	คน		30	คน
ฝรั่งเศส	239,625	คน		21	คน
อิตาลี	127,739	คน		12	คน
สวีตเซอร์แลนด์	107,413	คน		10	คน
สวีเดน	104,487	คน		9	คน
เนเธอร์แลนด์	99,735	คน		6	คน
เดนมาร์ก	71,718	คน		4	คน
เบลเยียม	47,690	คน		3	คน
นอร์เวย์	45,823	คน		2	คน
ฟินแลนด์, สเปน	72,480	คน		4	คน
รัสเซีย, ยุโรปตะวันออก, อื่น ๆ	190,203	คน			
<b>อเมริกา</b>	<b>500,159</b>	<b>คน</b>	<b>เฉลี่ย 8%</b>	<b>32</b>	<b>คน</b>
อเมริกา	388,509	คน		28	คน
กานาดา	84,955	คน		4	คน
อื่น ๆ	26,695	คน			
<b>ออสเตรเลีย</b>	<b>294,554</b>	<b>คน</b>	<b>เฉลี่ย 7%</b>	<b>28</b>	<b>คน</b>
ออสเตรเลีย	244,357	คน		21	คน
นิวซีแลนด์	47,970	คน		7	คน
อื่น ๆ	2,227	คน			

จากการจำแนกสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวข้างต้น จะทำให้ผู้วิจัยสามารถแจกแบบสอบถามได้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ต้องการทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากสามารถระบุจำนวนสัดส่วนเป็นร้อยละของชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยโดยทางเครื่องบิน ( ซึ่งสัดส่วนนี้ สอดคล้องกับจำนวนของชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยโดยใช้บริการของสายการบินไทย ) ดังรายละเอียดต่อไปนี้คือ

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้	จำนวน 40 คน
เอเชีย	จำนวน 150 คน
เอเชียใต้	จำนวน 10 คน
ตะวันออกกลาง	จำนวน 6 คน
ยุโรป	จำนวน 134 คน
อเมริกา	จำนวน 32 คน
ออสเตรเลีย	จำนวน 28 คน

ขั้นตอนที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ Accidental Sampling เพื่อการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามแก่ชาวต่างประเทศ ที่มีโอกาสได้พำนักอยู่ในประเทศไทยในช่วงที่เริ่มมีการเก็บข้อมูล กล่าวคือ ช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2542 โดยสอบถามก่อนว่าการเดินทางมายังประเทศไทยครั้งนี้หรือก่อนนี้ ได้เคยใช้บริการของสายการบินไทยบ้างหรือไม่ หากใช่ผู้วิจัยจึงจะขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม จนครบตามจำนวนและ สัดส่วนของสัญชาติและภูมิลาเนาที่กำหนดไว้ คือ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชีย เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง ยุโรป อเมริกา และออสเตรเลีย โดยในแต่ละสัญชาติและภูมิลาเนาต่างกล่าวนั้น ผู้วิจัยได้พยายามแจกแบบสอบถามให้ครอบคลุมครบตามสัดส่วนและจำนวนของประชากร ที่กำหนดไว้ หากพบว่าได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างประเภทใดมากเกินไปก็จะทำการตัดออก และแจกแบบสอบถามเพิ่มในส่วนของกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มที่ยังได้น้อยเกินไป

### ตัวแปรในการวิจัย

จากสมมติฐานของการวิจัย ข้อ 1-6 ได้กำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 ชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรของชาวต่างประเทศ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพการสมรส

ตัวแปรตาม คือ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย

สมมติฐานข้อ 2 ชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรของชาวต่างประเทศ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพการสมรส

ตัวแปรตาม คือ ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย

สมมติฐานข้อ 3 ชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีทัศนคติต่อความเป็นไทย แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรของชาวต่างประเทศ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ การศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพการสมรส

ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทย

สมมติฐานข้อ 4 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้อของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทย

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย

ตัวแปรตาม คือ ความรู้ของชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทย

สมมติฐานข้อ 5 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศ

ตัวแปรอิสระ คือ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย

ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศ

สมมติฐานข้อ 6 สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยประเภทสื่อเฉพาะกิจ มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยมากที่สุด

ตัวแปรอิสระ คือ สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยประเภทสื่อเฉพาะกิจ

ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทย

สำหรับรายละเอียดการวัดตัวแปรมีดังนี้

1. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย แบ่งเป็น

### 1.1 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ได้แก่

- สื่อโทรทัศน์ วัดได้จากการรับข่าวสาร และความบ่อยครั้งในการชมโทรทัศน์ ที่มีโฆษณา หรือเรื่องราวที่เกี่ยวกับความเป็นไทย ทั้งจากบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และองค์กรอื่น ๆ
- หนังสือพิมพ์ วัดได้จากการรับข่าวสารและความบ่อยครั้งในการอ่านหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับความเป็นไทย ทั้งจาก บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และองค์กรอื่น ๆ
- นิตยสารทั่วไป วัดได้จากการรับข่าวสาร และความบ่อยครั้งในการอ่านนิตยสารทั่วไปเกี่ยวกับความเป็นไทย ทั้งจาก บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) และองค์กรอื่น ๆ

### 1.2 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อระหว่างบุคคล ได้แก่ เจ้าหน้าที่ พนักงาน หรือตัวแทนของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงานให้บริการแก่ผู้โดยสารชาวต่างประเทศ เช่น พนักงานต้อนรับภาคพื้นดิน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

- วัดได้จากการได้รับข่าวสาร และความบ่อยครั้งในการพบปะ พูดคุยกับบุคคลเหล่านี้ เกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นไทย

### 1.3 การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่

- หนังสือสวัสดิ์ วัดได้จากการได้รับข่าวสาร และความบ่อยครั้งในการอ่านหนังสือเพื่อการสื่อภาพลักษณ์ความเป็นไทย
- ตราสัญลักษณ์ เครื่องแบบพนักงาน โดยวัดได้จากความรู้สึกตอบสนองที่เป็นไปในเชิงบวก คือ พอใจ และเชิงลบ คือ ไม่พอใจ ที่มีต่อการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องราวความเป็นไทย
- โปสเตอร์ วัดได้จากการได้รับข่าวสาร และความบ่อยครั้งในการเห็น หรืออ่านเรื่องราวที่สะท้อนถึงความเป็นไทย

2. ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย วัดได้จาก ระดับการรับรู้ ความรู้ ความจดจำได้ถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่ นำเสนอเพื่อการสื่อสารความเป็นไทย ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ คนไทย ภาษาไทย อาหารไทย มารยาทไทย การแต่งกายแบบไทย ศิลปะ และสถาปัตยกรรมแบบไทย

3. ทักษะคดีที่มีต่อความเป็นไทย วัดได้จากความรู้สึกตอบสนองที่เป็นไปในเชิงบวก คือ เห็นด้วย และในเชิงลบ คือ ไม่เห็นด้วย และทักษะคดีเชิงเป็นกลาง คือ ไม่มีความรู้สึกอย่างเป็นพิเศษ โดยวัดจากคะแนนในส่วนของทักษะคดีที่ใช้ประเมินค่า ( Rating ) ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ คนไทย อาหารไทย ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สถาปัตยกรรม สถานที่ท่องเที่ยว ค่าครองชีพ คุณภาพชีวิต ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน บรรยากาศด้านธุรกิจและการลงทุน รวมทั้งทักษะคดีที่มีต่อสายการบินไทย

### เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ( Questionnaire ) ลักษณะปลายปิด ซึ่งแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ เพศ สัญชาติ การศึกษา รายได้ อาชีพ สถานภาพการสมรส ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลการเดินทาง ได้แก่ วัตถุประสงค์การเดินทาง ความบ่อยครั้งในการเดินทางกับสายการบินไทย และความบ่อยครั้งในการเดินทางมาประเทศไทย

ตอนที่ 2 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย โดยกำหนดเป็นมาตราส่วนแบบประเมินค่า ( Rating Scale ) ตามแบบของ Likert ดังนี้

การกำหนดคะแนนความบ่อยครั้งในการเปิดรับสาร คือ ค่าคะแนน 0-5 ตามลำดับ จากน้อยไปหามาก ดังนี้

ความบ่อยครั้ง	คะแนนที่ได้
ไม่เคยเลย	0
น้อยมาก	1
น้อย	2
ปานกลาง	3
บ่อย	4
บ่อยมาก	5



การกำหนดระดับการเปิดรับข่าวสาร จากค่าเฉลี่ยของคะแนนความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสาร โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ระดับการเปิดรับข่าวสาร	ค่าเฉลี่ย
น้อยมาก	ต่ำกว่า 1.50
น้อย	1.50-2.49
ปานกลาง	2.50-3.49
บ่อย	3.50-4.49
บ่อยมาก	4.50-5.00

ตอนที่ 3 ความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับเรื่องราว ความเป็นไทย โดยกำหนดการให้คะแนนในส่วนที่ตอบถูก ได้ 1 คะแนน และตอบผิดได้ 0 คะแนน

ระดับของความรู้	คะแนนที่ใช้วัด
มีความรู้น้อย	ต่ำกว่า $\bar{X} - 1/2S.D.$
มีความรู้ปานกลาง	ระหว่าง $\bar{X} - 1/2S.D.$ กับ $\bar{X} + 1/2S.D.$
มีความรู้มาก	มากกว่า $\bar{X} + 1/2S.D.$

ตอนที่ 4 ทศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อความเป็นไทย โดยกำหนดเป็นมาตราส่วนแบบประเมินค่า ( Rating Scale ) ตามแบบของ Likert ดังนี้

คำถามในเชิงบวกกำหนดค่าคะแนนเป็น

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คิดเป็นคะแนน 5
เห็นด้วย	คิดเป็นคะแนน 4
ไม่แน่ใจ	คิดเป็นคะแนน 3
ไม่เห็นด้วย	คิดเป็นคะแนน 2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คิดเป็นคะแนน 1

คำถามในเชิงลบ กำหนดค่าคะแนนเป็น

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คิดเป็นคะแนน 1
เห็นด้วย	คิดเป็นคะแนน 2
ไม่แน่ใจ	คิดเป็นคะแนน 3
ไม่เห็นด้วย	คิดเป็นคะแนน 4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	คิดเป็นคะแนน 5

การกำหนดระดับทัศนคติโดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายจากค่าเฉลี่ยของ คะแนนดังนี้

ระดับของทัศนคติ	ค่าเฉลี่ย
เชิงลบมาก	1.00-1.49
เชิงลบ	1.50-2.49
เป็นกลาง	2.50-3.49
เชิงบวก	3.50-4.49
เชิงบวกมาก	4.50-5.00

### ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทำการทดสอบก่อน ( Pre – test ) โดยทำการทดลองใช้ก่อนการเก็บข้อมูลจริง เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม และดูว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเข้าใจถูกต้อง และตรงกับความหมายของผู้วิจัยหรือไม่ หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาแก้ไขข้อบกพร่อง แล้วนำมาตรวจสอบ และปรึกษากับอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิอีกครั้งหนึ่ง ก่อนที่จะนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป โดยการทดสอบแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยได้นำไปทดลองกับชาวต่างประเทศที่เคยใช้บริการของสายการบินไทย ที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัย จำนวน 40 คน โดยแบ่งแยกประเภทตามสัญชาติเหมือนการเก็บข้อมูลจริง ซึ่งประกอบด้วย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชีย เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง ยุโรป อเมริกา และ ออสเตรเลีย โดยนำผลที่ได้มาหาความน่าเชื่อถือต่อไป

แบบสอบถามส่วนที่เป็นข้อเท็จจริง เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร จะใช้การดูความถูกต้อง และความชัดเจนของการใช้ถ้อยคำ จำนวนและการสื่อความหมายจากการตรวจสอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

แบบสอบถามส่วนที่วัดความรู้ ใช้สูตรในการหาค่าความได้เชื่อถือ เพื่อชี้ถึงความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่มีการให้คะแนนแต่ละข้อเป็นแบบ 0, 1 คือตอบถูกให้ 1 คะแนน และตอบผิดให้ 0 คะแนน จากสูตรของ Kuder - Richardson สูตร KR21 (อ้างใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2534) ดังนี้

$$Y_{11} = \frac{K}{K+1} \{1 - \bar{X}(K - \bar{X}) / KS^2\}$$

เมื่อ  $Y_{11}$  คือความได้เชื่อถือของแบบสอบถาม

$K$  คือจำนวนข้อ

$S^2$  คือความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับที่ได้จากการทดสอบ

$\bar{X}$  คือคะแนนเฉลี่ยรวมทั้งฉบับ

ผลการทดสอบ ค่าความได้เชื่อถือได้ของแบบสอบถามในส่วนที่ใช้วัดความรู้ เท่ากับ 0.79 แสดงว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำมาใช้ในการทดสอบความรู้ได้ เพราะมีค่าความน่าเชื่อถืออยู่ในเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับได้

สำหรับแบบสอบถามส่วนที่เป็นการวัดการเปิดรับสื่อและวัดทัศนคติ ใช้วิธีการหาค่าความเชื่อถือได้แบบสัมประสิทธิ์อัลฟา ( Coefficient Alpha ) เพื่อชี้ถึงความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ สำหรับแบบสอบถามในส่วนที่มีการให้คะแนนรายข้อมากกว่า 1 คะแนน ในรูปแบบของมาตราส่วน ประเมินค่าจากสูตรของ Cronbach (อ้างใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2534) ดังนี้

$$\alpha = \{K / (K - 1)\} \{1 - \sum v_i / v_i\}$$

เมื่อ  $\alpha$  คือ ค่าความเชื่อถือได้

$K$  คือ จำนวนข้อ

$V_i$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

$V_t$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ผลการทดสอบ ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนที่ใช้วัดการเปิดรับสื่อของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เท่ากับ 0.88 และ การเปิดรับสื่อขององค์กรอื่นๆ เท่ากับ 0.82 แสดงว่าแบบสอบถามนี้ สามารถนำมาใช้ในการวัดการเปิดรับสื่อได้ เพราะมีค่าความเชื่อถือได้อยู่ในระดับที่สูงมาก

ผลการทดสอบ ค่าความเชื่อถือได้ในส่วนที่ใช้วัดทัศนคติ เท่ากับ 0.78 แสดงว่า แบบสอบถามนี้ สามารถนำมาใช้วัดทัศนคติได้ เพราะมีค่าความเชื่อถือได้อยู่ในเกณฑ์ที่เป็นที่ยอมรับได้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่แก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรที่ได้กำหนดตัวอย่างไว้ โดยขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามจากชาวต่างประเทศที่มีโอกาสพำนักอยู่ในประเทศไทย ในช่วงเดือน มกราคม ถึงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2542 และเคยเดินทางมายังประเทศไทยโดยใช้บริการของสายการบินไทย รวมถึงสามารถพูด อ่าน และเขียน ภาษาอังกฤษได้ ตามสถานที่ต่างๆ ที่สามารถพบชาวต่างประเทศได้ เช่น ท่าอากาศยาน สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โรงแรม ศูนย์การค้า ฯลฯ

หลังจากผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนมา ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ เพื่อหาค่าทางสถิติ โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

1. ทำการลงรหัสข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม
2. เมื่อลงรหัสเรียบร้อยแล้ว กรอกรหัสลงในแบบฟอร์มกรอกรหัส ( Coding Form ) เพื่อนำไปบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์

3. นำข้อมูลเข้าประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) คำนวณค่าสถิติที่ใช้ในการวิจัย
4. นำผลคำนวณที่ได้มาเขียนวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัย

### การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

#### การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลทางประชากรและการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย รวมทั้งอธิบายข้อมูลของระดับความรู้และทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของชาวต่างประเทศที่ใช้บริการของสายการบินไทยโดยเป็นการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ตารางแบบริ้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)
2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการนำสถิติวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ ในข้อ 1-5 ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 ชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยแตกต่างกัน

- ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้ t-test เพื่ออธิบายความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยระหว่างเพศของผู้โดยสาร
- ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA (One Way Analysis of Variance) เพื่ออธิบายความแตกต่างของการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยระหว่าง อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรส ของผู้โดยสารชาวต่างประเทศ

สมมติฐานข้อ 2 ชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยแตกต่างกัน

- ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้  $t$ -test เพื่ออธิบายความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยระหว่างเพศของชาวต่างประเทศ
- ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA (One Way Analysis of Variance) เพื่ออธิบายความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยระหว่าง อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรส ของชาวต่างประเทศ

สมมติฐานข้อ 3 ชาวต่างประเทศที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีทัศนคติต่อความเป็นไทยแตกต่างกัน

- ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้  $t$ -test เพื่ออธิบายความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยระหว่างเพศของชาวต่างประเทศ
- ใช้การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ANOVA (One Way Analysis of Variance) เพื่ออธิบายความแตกต่างของทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยระหว่าง อายุ สัญชาติ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรสของชาวต่างประเทศ

สมมติฐานข้อ 4-5 การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ของผู้โดยสารชาวต่างประเทศเกี่ยวกับความเป็นไทย และการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติของผู้โดยสารชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทย

- ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยกับความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย , การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยกับทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทย

สมมติฐานข้อ 6 สื่อประชาสัมพันธ์ความเป็นไทยประเภทสื่อเฉพาะกิจ มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้โดยสารชาวต่างประเทศที่มีต่อความเป็นไทยมากที่สุด

- ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่ออธิบายว่าสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสื่อเฉพาะกิจ มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อความเป็นไทยของผู้โดยสารชาวต่างประเทศมากน้อยเพียงใด