บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน และความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณียภัณฑ์บริษัทการบินไทยฯนี้ เป็นการวิจัยแบบสำรวจ (Survey) โดยกำหนดแนวทางและขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประชากรตัวอย่าง ตัวแปร การวัดตัวแปร เครื่องที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การทดสอบเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ไว้ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณียภัณฑ์ บริษัทการบินไทยจำกัด(มหาชน) ที่ปฏิบัติงานอยู่ที่ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ มีจำนวนทั้งสิ้น 1195 คน (ข้อมูล ณ มีนาคม 2538)

2. กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดและวิธีการเลือกของกลุ่มตัวอย่างกำหนดดังนี้

2.1 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้ตารางของ Yamane (พรทิพย์ วรกิจโภคาทร, 2536 : 87) ที่ระดับความเชื่อ 95 % ความคลาดเคลื่อน + 5 % จากจำนวนประชากร 1195 คน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 286 คน

2.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตามระดับชั้น (Stratified Random Sampling) โดยจัดแบ่งพนักงานทั้งหมดเป็นกลุ่มๆตามตำแหน่งงาน โดยดูจากสายงานการบังคับบัญชา แล้วจึงสุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มออกมาอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งสามารถแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

ตำแหน่ง	ประชากร	ร้อยละ	จำนวนตัวอย่าง
ผู้อำนวยการฝ่าย ผู้จัดการกอง ผู้จัดการแผนก หรือ เทียบเท่า	37	4	12
Assistant Manager / Senior Supervisor	108	9	25
Supervisor	93	8	23
Senior Clerk / Clerk / Cargo Officer	400	33	94
Foreman / Porter	557	46	132
รวม	1,195	100	286

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากหัวหน้าหน่วยงานต่างๆ แจกจ่ายแบบสอบถามให้แก่พนักงาน และขอความร่วมมือจากพนักงานให้ตอบแบบสอบถาม และใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 2 สัปดาห์ โดยเริ่มแจกแบบสอบถามวันที่ 28 เมษายน 2538 และเก็บรวบรวมข้อมูลวันที่ 15 พฤษภาคม 2538

3.2.1 ตัวแปรและการวัดตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ลักษณะทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ที่เปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายในบริษัทฯ

2. พฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน

3. ความพึงพอใจในการสื่อสาร

โดยมีรายละเอียดในการศึกษาและวัดตัวแปรในเชิงปริมาณ ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง จะศึกษาในเรื่อง อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน ตำแหน่ง และประเภทของงาน โดยทำการวัดข้อมูลในระดับมาตรานามบัญญัติ (Nominal Scale) และเนื่องจากได้ทำการจัดกลุ่มข้อมูลให้มีความหมายในเชิงปริมาณ จึงทำการวัดข้อมูลในระดับมาตราอันตรภาค (Interval Scale) ด้วย

2. พฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายในบริษัทฯของกลุ่มตัวอย่าง โดยจะดูปริมาณความบ่อยครั้งในการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน ปริมาณความบ่อยครั้งในการเปิดรับสารตามประเภทของเนื้อหา ปริมาณของข่าวสารที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน โดยทำการวัดข้อมูลแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

3. ความพึงพอใจในการสื่อสาร โดยวัดความพึงพอใจในเรื่อง ระดับความสนใจในสารตามประเภทของเนื้อหา ความเพียงพอของข่าวสาร และความรวดเร็วของข่าวสาร โดยทำการวัดข้อมูลแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยการศึกษาค้นคว้าจากตำราเอกสารต่างๆ รวมทั้งจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามที่สร้างขึ้นประกอบด้วย คำถามแบบปลายปิด และมีคำถามแบบปลายเปิดเพียงบางส่วนเท่าที่จำเป็น โดยมีเนื้อหาของแบบสอบถามดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ระยะเวลาในการทำงาน ประเภทของงาน ซึ่งคำถามใน แบบสอบถามจะมีทั้งคำถามแบบปลายปิดและคำถามแบบปลายเปิด

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสาร

ซึ่งคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 2 และ ส่วนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายปิด

3.2.3 การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามได้กระทำ ดังนี้

1. หาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้ว ไปทดลองใช้กับผู้เกี่ยวข้อง เพื่อหาข้อบกพร่องของคำถาม และปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมของภาษา (Wording) และความชัดเจน

2. หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขแล้ว ไปทดสอบกับพนักงานฝ่ายสินค้าและไปรษณียภัณฑ์ที่ไม่ได้อยู่ในกลุ่มที่เลือกไว้จำนวน 30 คน แล้วนำคำตอบในแบบสอบถามเฉพาะส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายในและความพึงพอใจในการสื่อสาร มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha) ตามวิธีของ Cronbach (วิเชียร เกตุสิงห์, 2534 :116) ซึ่งจากการคำนวณได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้

แบบสอบถามส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อสิ่งพิมพ์ภายใน = 0.95
แบบสอบถามส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการสื่อสาร = 0.97

ดังนั้นสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามได้ว่า มีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่สูงมาก และสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.2.4 หลักเกณฑ์การให้คะแนน

หลักเกณฑ์ในการให้คะแนนกำหนดไว้ ดังนี้

1. ความถี่ในการเปิดรับสื่อ
   - อ่านทุกฉบับ ให้คะแนน 4
   - อ่านเกือบทุกฉบับ ให้คะแนน 3
   - อ่านเป็นบางฉบับ ให้คะแนน 2
   - นานๆฉบับ ให้คะแนน 1

ไม่อ่านเลย ให้คะแนน 0

2. ความถี่ในการเปิดรับเนื้อหาสาร

อ่านทุกครั้ง ให้คะแนน 4
อ่านเกือบทุกครั้ง ให้คะแนน 3
อ่านเป็นบางครั้ง ให้คะแนน 2
นานๆครั้ง ให้คะแนน 1
ไม่อ่านเลย ให้คะแนน 0

3. ระดับความสนใจในเนื้อหาสาร

สนใจมากที่สุด ให้คะแนน 4
สนใจค่อนข้างมาก ให้คะแนน 3
สนใจปานกลาง ให้คะแนน 2
สนใจค่อนข้างน้อย ให้คะแนน 1
ไม่สนใจเลย ให้คะแนน 0

4. ปริมาณข่าวสารที่ได้รับ

ได้รับมากที่สุด ให้คะแนน 4
ได้รับค่อนข้างมาก ให้คะแนน 3
ได้รับปานกลาง ให้คะแนน 2
ได้รับค่อนข้างน้อย ให้คะแนน 1
ไม่ได้รับเลย ให้คะแนน 0

5. ความเพียงพอของข่าวสาร

ได้รับมากที่สุด ให้คะแนน 4
ได้รับค่อนข้างมาก ให้คะแนน 3
ได้รับปานกลาง ให้คะแนน 2
ได้รับค่อนข้างน้อย ให้คะแนน 1
ไม่ได้รับเลย ให้คะแนน 0

6. ความรวดเร็วของข่าวสาร

รวดเร็วที่สุด ให้คะแนน 4
ค่อนข้างเร็ว ให้คะแนน 3
ปานกลาง ให้คะแนน 2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ค่อนข้างช้า ให้คะแนน 1

ช้าที่สุด ให้คะแนน 0

ในการวัดพฤติกรรมการรับสารและความพึงพอใจในการสื่อสาร ๒๕ นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของคะแนนโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
3.60 - 4.00	มากที่สุด
2.60 - 3.59	มาก
1.60 - 2.59	ปานกลาง
0.60 -1.59	น้อย
0.00 - 0.59	น้อยที่สุด

3.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้มีดังนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ จำนวนความถี่ อัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั่วไป สำหรับคำถามปลายเปิดจะรวบรวมและจัดกลุ่มของคำตอบ

2. ค่าสัมประสิทธิ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้ในการวิเคราะห์เบื้องต้นเพื่อหาความสัมพันธ์ ของตัวแปรเป็นคู่ๆ คือ ระหว่างลักษณะทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมกับพฤติกรรมการเปิดรับสาร ระหว่างลักษณะทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมกับความพึงพอใจในการสื่อสาร และระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสารกับความพึงพอใจในการสื่อสาร

3. การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการสื่อสาร พฤติกรรมการเปิดรับสาร และ ลักษณะทางประชากรและสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม