

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ประกอบด้วยขั้นตอนและวิธีดำเนินการวิจัย และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังต่อไปนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

1. คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. ออกแบบสอบถาม
3. ทดสอบแบบสอบถาม
4. แจกแบบสอบถาม
5. เก็บรวบรวมข้อมูล
6. วิเคราะห์และประเมินผล

เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

เพื่อให้ได้ผลการวิจัยตามที่ระบุไว้ในวัตถุประสงค์จึงได้ใช้เครื่องมือวิจัยดังต่อไปนี้

1. ออกแบบสอบถามเพื่อ
 - 1.1 สํารวจข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.2 ตรวจสอบความถี่บ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารในช่วงเวลา 1 ปี ตลอดปี พ.ศ. 2539
 - 1.3 ทดสอบความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8
 - 1.4 ตรวจสอบการเข้ามีส่วนร่วมในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8

ข้อมูลในแบบสอบถามเป็นคำถามทั้งปลายปิดและปลายเปิด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
2. ข้อมูลในการเปิดรับสื่อมวลชน
3. ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8
4. ข้อมูลการเข้ามีส่วนร่วมในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8
5. ข้อเสนอแนะ

2. เครื่องมือทางสถิติ

- 2.1 ใช้ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธี Multistage sampling

- 2.2 ใช้ในการทดสอบความเชื่อมั่นของส่วนที่วัดความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 โดยวิธีการ Split-half reliability
- 2.3 ใช้ในการทดสอบความสอดคล้องภายในของแบบสอบถามที่เป็น Rating scale โดยวิธีของ Cronbrach
- 2.4 ใช้ในการอธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับ ความรู้ และการเข้ามามีส่วนร่วม โดย Percentage, Mean และ Standard Deviation
- 2.5 ทดสอบความแตกต่างของตัวแปรโดย F-test และ t-test
- 2.6 ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยวิธี Pearson's Product Moment Correlation Coefficient

1. คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) ดังนี้

ขั้นที่ 1 แบ่งประเภทธุรกิจตามความสำคัญของธุรกิจจากสัดส่วนการผลิตรายภาคเฉพาะในกรุงเทพฯ (รายงานจาก มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, เรื่องการพยากรณ์เศรษฐกิจไทยในช่วงปี 2538-2539 เสนอต่อคณะกรรมการการพยากรณ์ความต้องการไฟฟ้า) ซึ่งประกอบด้วย 5 สาขาหลักที่เป็นตัวกำหนดทิศทางของการเจริญเติบโตของมูลค่าเพิ่มในเขตกรุงเทพฯ ได้แก่

1. อุตสาหกรรม
2. คำสั่งและปลีก
3. บริการ
4. การคมนาคมและขนส่ง
5. การธนาคารและการประกันภัย

ขั้นที่ 2 สุ่มตัวอย่างนักธุรกิจจากประเภทธุรกิจ 5 สาขาข้างต้นในสัดส่วนเท่า ๆ กัน เพื่อประโยชน์ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปร และเนื่องจากลักษณะประชากรที่จะทำการสำรวจได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจภาคเอกชน มีความเป็นเอกภาพใกล้เคียงกันมากในด้านอายุ การศึกษา เพศ ตำแหน่ง รายได้ และลักษณะการทำงาน ดังนั้น จึงกำหนดสัดส่วนของจำนวนตัวอย่างเพื่อทำการสุ่มตัวอย่างที่ 20% ของประชากร ค่าความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 1.96%

ดังนั้น จำนวนตัวอย่างจึงเท่ากับ 246 คน จากธุรกิจ 5 สาขา โดยจะทำการสำรวจแบบไม่เจาะจง (accidental sampling) ให้ได้ครบตามประเภทธุรกิจสาขาละ 50 คน รวม 250 คน การกำหนดตัวอย่างนี้คำนวณได้จากสูตรดังนี้ $(n = p(1-p)(z^2)/e^2, n = .20(1-.20)(1.96)^2/0.05^2)$: n = จำนวนตัวอย่าง, p = สัดส่วนของประชากรที่จะสุ่มตัวอย่าง, z = ระดับความเชื่อมั่น, e = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้) (จากเอกสารประกอบการบรรยายวิชาสถิติเพื่อการวิจัย โดย อาจารย์ ชีรพันธ์ วรรณศุภากุล)

2. ออกแบบสอบถาม

วิธีการออกแบบสอบถาม คำถามในแบบสอบถามจะแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์
- ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8
- ส่วนที่ 4 การเข้ามีส่วนร่วมในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8
- ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

3. ทดสอบแบบสอบถาม

ทำการทดสอบเครื่องมือการวิจัย (pre-test) ได้แก่ แบบสอบถาม โดยทดสอบความเข้าใจ คำถามของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในส่วนข้อสอบวัดความรู้โดยวิธี Split-Half reliability และวัดความสอดคล้องภายในของข้อสอบที่เป็น rating scale โดยสูตรของ Cronbach จากจำนวนแบบสอบถาม 20 ชุด ดังนี้

3.1 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบทดสอบวัดความรู้ในส่วนที่สาม โดยใช้วิธีการวัดความเที่ยงชนิดแบ่งครึ่ง (Split-Half reliability) โดยแบ่งแบบทดสอบความเชื่อมั่นแบบแบ่งครึ่งที่ตรวจให้คะแนนแล้วเป็นสองส่วน คือ ข้อครึ่งส่วนหนึ่ง และข้อครึ่งส่วนหนึ่ง โดยใช้สูตรของรูลอน คือ $r_{tt} = 1 - (\sigma_a^2 / \sigma_x^2)$ (Ebel 1966 : 315) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น 0.83

σ_a^2 = ความแปรปรวนของความแตกต่างระหว่างคะแนนของแต่ละคนที่ได้รับจากการทดสอบทั้งสองส่วน

σ_x^2 = ความแปรปรวนของคะแนนของคนทั้งกลุ่ม

3.2 วัดความสอดคล้องภายในของแบบสอบถามส่วนที่เป็น rating scale โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์ ∞ - coefficient จากสูตรของ ครอนบาช (Cronbach) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น 0.88

$$\infty = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{S^2} \right)$$

k = จำนวนข้อสอบ

s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S^2 = ความแปรปรวนของคะแนนของผู้รับการทดสอบทั้งหมด หรือกำลังสองของ

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ของคะแนนของผู้รับการทดสอบทั้งหมด

ส่วนที่ 4 การเข้ามีส่วนร่วม

4.1 ความบ่อยครั้งในการสนทนาเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8

มากกว่าสัปดาห์ละครั้ง	= 5 คะแนน หมายถึง มีส่วนร่วมมาก	
สัปดาห์ละครั้ง	= 4 คะแนน "	ค่อนข้างมาก
เดือนละ 2-3 ครั้ง	= 3 คะแนน "	ปานกลาง
เดือนละครั้ง	= 2 คะแนน "	น้อย
นาน ๆ ครั้ง	= 1 คะแนน "	น้อยมาก
ไม่เคยเลย	= 0 คะแนน "	ไม่มีส่วนร่วมเลย

4.2 จำนวนที่พูดคุย

10 คนขึ้นไป	= 5 คะแนน หมายถึง มีส่วนร่วมมาก	
7-9 คน	= 4 คะแนน "	ค่อนข้างมาก
5-6 คน	= 3 คะแนน "	ปานกลาง
3-4 คน	= 2 คะแนน "	น้อย
1-2 คน	= 1 คะแนน "	น้อยมาก
ไม่มีเลย	= 0 คะแนน "	ไม่มีส่วนร่วมเลย

4.3 บุคคลที่พูดคุย

ญาติพี่น้อง	เพื่อนสนิท
เพื่อนร่วมงาน	ข้าราชการ
นักธุรกิจ	สื่อมวลชน
อื่น ๆ	

4.6 การเป็นสมาชิกองค์กรและสมาคมทางธุรกิจทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ

5 องค์กรขึ้นไป	= 5 คะแนน หมายถึง มีส่วนร่วมมาก	
4 องค์กร	= 4 คะแนน "	ค่อนข้างมาก
3 องค์กร	= 3 คะแนน "	ปานกลาง
2 องค์กร	= 2 คะแนน "	น้อย
1 องค์กร	= 1 คะแนน "	น้อยมาก
ไม่มีเลย	= 0 คะแนน "	ไม่มีส่วนร่วมเลย

- 4.7 ท่านเป็นสมาชิกขององค์กรและสมาคมทางธุรกิจทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการใดบ้าง และจำนวนกี่แห่ง
- 4.8 ท่านทราบเรื่องการจัดสัมมนาระดมความคิดเห็นแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 บ้างหรือไม่ ถ้าเคย จากสื่อใด
- 4.9 ท่านเคยเข้าร่วมเสนอแนะความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 หรือไม่ ถ้าเคย ผ่านสื่อใด

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ใช้คำถามปลายเปิดสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเป็นสื่อกลางถ่ายทอดข่าวสาร เสนอแนะความคิดเห็น เป็นเวทีวิพากษ์วิจารณ์ เกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ทำให้ได้รับตลอดระยะเวลาตั้งแต่ สศช. เริ่มมีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนประชาชนร่วมเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาฯ จนกระทั่งแผนพัฒนาฯ เริ่มประกาศใช้ และสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ควรจะเป็น ได้แก่ ลักษณะรูปแบบการนำเสนอ ความถี่บ่อยครั้งในการนำเสนอ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย