

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

#### รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสำรวจผลงานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ระเบียบวิธีวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis) ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินงานเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

#### แหล่งข้อมูลของการวิจัย

แหล่งข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ ประชากรเป้าหมายทั้งหมดคือ งานวิจัยวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ตีพิมพ์เป็นภาษาไทยเฉพาะที่เป็นวิทยานิพนธ์ หรืองานวิจัยทั่วไปของอาจารย์ นักวิชาการ(ไม่รวมสารนิพนธ์ ภาคนิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระและรายงานวิจัยประกอบการเรียน) ที่เผยแพร่ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2531 ถึง ปีพ.ศ.2550 จะกระทำโดยใช้วิธีการสืบค้นผ่านเว็บไซต์ฐานข้อมูลของสำนักหอสมุดกลางในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนที่เปิดสอนทางด้านนิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารการตลาดในระดับบัณฑิตศึกษา และจะสืบค้นจากหัวเรื่อง(subject) และคำสำคัญ(keyword) ดังนี้

- การประชาสัมพันธ์
- ภาพลักษณ์ - ภาพพจน์
- การประชาสัมพันธ์ - ภาพลักษณ์ - ภาพพจน์
- การประชาสัมพันธ์ - ภาพลักษณ์ - ภาพพจน์ - การเมือง
- การประชาสัมพันธ์ - ภาพลักษณ์ - ตราสินค้า

กล่าวโดยสรุป ผู้วิจัยได้งานวิจัยภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์รวมทั้ง 134 เรื่อง

#### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยจะใช้ตารางบันทึก(coding sheet) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล กล่าวคือ

1. ตารางบันทึกคุณลักษณะของงานวิจัย จะใช้หน่วยในการวิเคราะห์เป็นรายเรื่อง
2. ตารางบันทึกประเภทการวิจัย จะใช้หน่วยในการวิเคราะห์เป็นรายเรื่อง
3. ตารางบันทึกรูปแบบการวิจัย จะใช้หน่วยในการวิเคราะห์เป็นรายเรื่อง
4. ตารางบันทึกขอบข่ายการวิจัย จะใช้หน่วยในการวิเคราะห์เป็นรายเรื่อง
5. ตารางบันทึกแนวคิด ทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดการประชาสัมพันธ์ แนวคิดภาพลักษณ์ จะใช้หน่วยในการวิเคราะห์เป็นรายเรื่อง

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการวัดตัวแปรเรื่อง คุณลักษณะของงานวิจัย ประเภทการวิจัย รูปแบบ การวิจัย ขอบข่ายการวิจัย แนวคิด ทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดการประชาสัมพันธ์ แนวคิดภาพลักษณ์ ดังนี้

#### 1. คุณลักษณะของงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งคุณลักษณะงานวิจัยออกเป็น ช่วงปีพุทธศักราช สถาบันอุดมศึกษาของ รัฐ สถาบันอุดมศึกษาของเอกชน สาขาวิชา วิทยานิพนธ์ งานวิจัย กล่าวคือ

#### 2. ประเภทของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทของการวิจัยออกเป็น 3 ประเภท คือ การวิจัยเชิงปริมาณ การ วิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

#### 3. รูปแบบการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งรูปแบบของการวิจัยออกเป็น 8 รูปแบบ คือ การวิจัยเชิงทดลอง การวิจัย เชิงพรรณนา การวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์เนื้อหา การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เจาะลึก การ สัมภาษณ์กลุ่ม และการสังเกตการณ์

#### 4. ขอบข่ายการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งขอบข่ายของการวิจัยออกเป็น 7 ขอบข่าย คือ ภาพลักษณ์บริษัทหรือ หน่วยงานธุรกิจ ภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กร ภาพลักษณ์ต่อตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์การบริการ ภาพลักษณ์ราคา ภาพลักษณ์ตราสินค้าและภาพลักษณ์ปัจเจกบุคคล

#### 5. แนวคิด ทฤษฎี

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งแนวคิด ทฤษฎี เป็น แนวความคิด และทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดเรื่อง การประชาสัมพันธ์ แนวคิดเรื่องภาพลักษณ์

### การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณด้วยระเบียบวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจำเป็นต้องมีการทดสอบความ เทียงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ (Reliability) ของการลงรหัส ผู้วิจัย และผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน คือ อาจารย์นันทวัน ยันตะดิติก และ อาจารย์ ดร.วรรณรัตน์ รัตนวรางค์ อาจารย์ประจำหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ร่วมกันลงรหัสการวิเคราะห์ เนื้อหา และนำข้อมูลที่ได้ในแต่ละประเด็นมาเปรียบเทียบกัน

การทดสอบความน่าเชื่อถือได้อาศัยหลักเกณฑ์ของ Holsti (1969 อ้างใน อรรถพร กงวิไล.2547 : 80) ดังนี้

$$R = \frac{3M}{N1 + N2 + N3}$$

โดยที่ R คือ ค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ

M คือ จำนวนของเนื้อหาที่ผู้ลงรหัสมีความเห็นตรงกัน

N 1 คือ จำนวนหน่วยของเนื้อหาของผู้ลงรหัสคนที่ 1

N 2 คือ จำนวนหน่วยของเนื้อหาของผู้ลงรหัสคนที่ 2

N 3 คือ จำนวนหน่วยของเนื้อหาของผู้ลงรหัสคนที่ 3

ในการวิจัยครั้งนี้ การลงรหัสการวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยได้เลือกตัวแปร 3 ประเภท คือ ประเภทของการวิจัย รูปแบบของการวิจัย และ ขอบข่ายของการวิจัย ผลการลงรหัสข้อมูลทั้ง 3 ประเภทดังกล่าว ได้ผลลัพธ์ค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ ดังนี้

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ (R)
ผู้ลงรหัสทั้งสามคนลงรหัสตัวแปรประเภทของการวิจัย	$= \frac{3(8)}{30}$ $= 0.80$
ผู้ลงรหัสทั้งสามคนลงรหัสตัวแปรรูปแบบของการวิจัย	$= \frac{3(8)}{30}$ $= 0.80$
ผู้ลงรหัสทั้งสามคนลงรหัสตัวแปรขอบข่ายของการวิจัย	$= \frac{3(8)}{30}$ $= 0.80$

ผลของการวิเคราะห์ที่ได้จากทุกกลุ่ม พบว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์ไม่ต่ำกว่า 0.75 จึงนับได้ว่า เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาลักษณะของงานวิจัย ประเภทการวิจัย รูปแบบการวิจัย ขอบข่ายการวิจัย และแนวคิด ทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดภาพลักษณ์ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การนับจำนวนเป็นรายเรื่อง และนำเสนอผลในรูปตารางแสดงความถี่และร้อยละ

กล่าวโดยสรุป ในงานวิจัยครั้งนี้ได้มีการรวบรวมงานวิจัยภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์มาวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อแจกแจงตามมิติที่ค้นต่าง ๆ ได้แก่ คุณลักษณะโดยทั่วไปของงานวิจัย รวมทั้งประเภทการวิจัย รูปแบบการวิจัย รวมทั้งขอบข่ายการวิจัย ตลอดจนแนวคิด ทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดเรื่องภาพลักษณ์ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อสรุปของการสำรวจผลงานวิจัยเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของการสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์

### กรอบแนวความคิดในการวิจัย

