

## บทที่ 3

### วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด” ได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการศึกษา
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
4. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
5. เครื่องมือการวิจัย
6. การสร้างเครื่องมือการวิจัย
7. การทดสอบเครื่องมือ
8. การเก็บรวบรวมข้อมูล
9. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### รูปแบบการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (quantitative research) เริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจ (survey research) ใช้การวัดผลเพียงอย่างเดียว (one-shot case study) จากประชากรตัวอย่างเพียงครั้งเดียวในช่วงเวลาหนึ่ง (cross sectional study) โดยใช้วิธีการสำรวจด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและให้ผู้ตอบเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง (self-administered questionnaire)

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเรื่อง “การรับรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมในการสื่อสารเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท ฮอนด้า ออโต โมบิล (ประเทศไทย) จำกัด” ในครั้งนี้คือ ประชากรเพศชายและเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชลบุรี มีจำนวนทั้งสิ้น 1,421,425 คน (ณฤติ, ออนไลน์, 2558) สาเหตุที่เลือก เนื่องจากว่าชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีประชากรหนาแน่นมากที่สุดของภาคตะวันออก เขตนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ถือเป็นแหล่งอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

### 2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรเพศชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชลบุรี ที่มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ฮอนด้า ออโต โมบิล (ประเทศไทย) จำกัด โดยใช้สูตรการหาขนาดตัวอย่างประชากรของ Taro Yamane (Yamane, 1967, pp. 886-887) ที่ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คนดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{1,421,425}{1 + 1,421,425(0.05)^2}$$

$$= 399.89 \text{ หรือ } 400$$

โดย  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$N$  = จำนวนประชากรในการศึกษา

$e$  = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ หรือระดับนัยสำคัญ 0.05

ดังนั้นผู้ศึกษาจะต้องเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

## การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลจากประชาชนในเขตชลบุรี เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้กระจายอย่างทั่วถึง ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (probability sampling) คือ การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (sample random sampling) โดยการจับสลากเขตทั้งหมดของชลบุรี ซึ่งมีจำนวน 11 เขต เพื่อเลือกเขตในการสุ่มตัวอย่างมาจำนวน 5 เขต ผลการจับสลาก ดังนี้

- 1) เขตเมืองชลบุรี
- 2) เขตพนัสนิคม
- 3) เขตพานทอง
- 4) เขตบ้านบึง
- 5) เขตศรีราชา

ขั้นตอนที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (quota sampling) คือ สุ่มตัวอย่างตามอัตราของแต่ละเขตจำนวนเท่า ๆ กัน เขตละ 80 คนจากทั้งหมด 5 เขต จำนวน 400 คน

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนคนที่จะสุ่มเลือกตามเขต

เขต	จำนวนคน
เขตเมืองชลบุรี	80 คน
เขตพนัสนิคม	80 คน
เขตพานทอง	80 คน
เขตบ้านบึง	80 คน
เขตศรีราชา	80 คน
รวมทั้งสิ้น	400 คน

ขั้นตอนที่ 3 ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความไม่น่าจะเป็น (non-probability sampling) ผู้ศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่พบเจอโดยบังเอิญตามสถานที่ตามที่กำหนดไว้ทั้ง 5 เขต จำนวน 400 คน

### เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษารั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเอง (self-administered questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (close-ended questionnaire) แบบมีตัวเลือกคำตอบ (multiple choice question) ที่ใช้เก็บข้อมูลที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งสร้างขึ้นโดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยและสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ที่มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับการวิจัย โดยทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบชนิดแบบสำรวจรายการ (check list) จำนวน 5 ข้อ ดังนี้

ข้อที่ 1 เพศ ใช้การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ

1. ชาย
2. หญิง

ข้อที่ 2 อายุ ใช้การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ

1. 18-25 ปี
2. 26-35 ปี
3. 36-45 ปี
4. 46-55 ปี
5. มากกว่า 56 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 อาชีพ ใช้การวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ

1. นักเรียน/นักศึกษา
2. พนักงานบริษัทเอกชน
3. รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
5. รับจ้างทั่วไป
6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน
7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 4 ระดับการศึกษา

1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า
2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
3. อนุปริญญา/ปวส.
4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
5. ปริญญาโท
6. สูงกว่าปริญญาโท

ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้การวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท
2. 5,000-15,000 บาท
3. 15,001-25,000 บาท
4. 25,001-35,000 บาท
5. 35,001-45,000 บาท
6. มากกว่า 45,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด แบ่งออกเป็น 4 ด้าน โครงการด้านสิ่งแวดล้อม โครงการด้านความปลอดภัย โครงการด้านการศึกษา และโครงการด้านมนุษยธรรม รวมทั้งหมด 16 ข้อ โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (rating scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน (อุกิจ โพธิ์ศรี, 2557, หน้า 65) ดังนี้

การรับรู้	ระดับคะแนน
รับรู้	1
ไม่เคยรับรู้	0
ความกว้างของอันตรภาคชั้น =	$\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$
	$= \frac{1-0}{3} = 0.33$

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายได้ดังนี้

ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
0.68-1.00	มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก
0.34-0.67	มีการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง
0.00-0.33	มีการรับรู้อยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (rating scale) จำนวน 8 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน (อุกิจ โปธิศรี, 2557, หน้า 65) ดังนี้

ทัศนคติ	ระดับคะแนน
เห็นด้วย	1
ไม่เห็นด้วย	0
ความกว้างของอันตรภาคชั้น	= $\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$
	= $\frac{1-0}{3} = 0.33$

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายได้ดังนี้

ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
0.68-1.00	มีทัศนคติอยู่ในระดับดี
0.34-0.67	มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง
0.00-0.33	มีทัศนคติอยู่ในระดับไม่ดี

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านชื่อเสียง ด้านบริการ ด้านการมีส่วนร่วมกับสังคม และด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบประเมินค่า (rating scale) จำนวน 12 ข้อ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน (อุกิจ โปธิศรี, 2557, หน้า 65) ดังนี้

ภาพลักษณ์	ระดับคะแนน
เห็นด้วย	1
ไม่เห็นด้วย	0
ความกว้างของอันตรภาคชั้น	= $\frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$
	= $\frac{1-0}{3} = 0.33$

นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายได้ดังนี้

ระดับค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
0.68-1.00	มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับดี
0.34-.067	มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับปานกลาง
0.00-0.33	มีภาพลักษณ์อยู่ในระดับไม่ดี

เกณฑ์การจัดระดับค่าสหสัมพันธ์ และระดับความสัมพันธ์ (Bartz, 1999 p. 184)

ค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.20 หรือต่ำกว่า	มีระดับความสัมพันธ์ต่ำมาก
ค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.21 ถึง 0.40	มีระดับความสัมพันธ์ต่ำ
ค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.41 ถึง 0.60	มีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง
ค่าสหสัมพันธ์ที่ 0.61 ถึง 0.80	มีระดับความสัมพันธ์สูง
ค่าสหสัมพันธ์มากกว่า 0.80	มีระดับความสัมพันธ์สูงมาก

## การสร้างเครื่องมือการวิจัย

การสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้ศึกษาได้ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรและคำนิยามศัพท์ เฉพาะที่ใช้ในงานวิจัยนี้
2. ร่างข้อความที่จะบรรจุลงในแบบสอบถามให้มีเนื้อหาครอบคลุมตัวแปรและ คำนิยามศัพท์เฉพาะในทุกด้าน แล้วจัดทำแบบสอบถามที่จะใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูลในการวิจัยนี้ขึ้นมา
3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้น เสนอผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อตรวจสอบ ความถูกต้องตรงตามเนื้อหาและความเหมาะสมที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลและพิจารณาแก้ไข ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น
4. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง เพื่อนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาจนได้แบบสอบถาม ที่สมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ
5. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงและพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

## การทดสอบเครื่องมือ

ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถามมาเป็นเครื่องมือในการวิจัย ดังนั้นก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบเครื่องมือ โดยทดสอบหาความเที่ยงตรง (validity) และทดสอบหาความเชื่อมั่น (reliability) ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามที่ได้เรียบเรียงแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา เพื่อตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (content validity) ความเหมาะสมของภาษา (wording) และความชัดเจน (clarity) ของคำถาม ก่อนนำไปทำการทดสอบ

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ของแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่จะใช้ในการศึกษาไปทดสอบกับประชากรที่จะทำการศึกษาก่อน (pre-test) จำนวน 40 คน เพื่อทดสอบความยากง่ายและความเข้าใจภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามว่าสื่อความหมายตรงกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ และมีอุปสรรคใดบ้างในการตอบคำถาม เพื่อนำมาวิเคราะห์คำนวณหาค่าความเชื่อถือได้โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha-coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (ณันท์ สินธุศิริ, 2553, หน้า 104) ผลได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.928 ซึ่งตามหลักครอนบาคได้กำหนดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8 ขึ้นไป จึงถือว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นสูง ผู้ศึกษาจึงได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงต่อไป

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แหล่งปฐมภูมิ (primary data) การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลด้วยตัวเองจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เมื่อกลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วจึงตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของคำตอบเพื่อป้องกันแบบสอบถามที่กลับคืนมาไม่สมบูรณ์

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้แก่ ข้อมูลที่ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้ามาจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้ หนังสือทางวิชาการ เอกสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาครั้งนี้ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต



## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการตรวจสอบข้อมูล โดยผู้ศึกษาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาเข้ารหัสตามที่กำหนดรหัสไว้ เพื่อทำการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows แล้วนำมาเสนอข้อมูลในรูปตาราง และแปลผลโดยการบรรยายตามลำดับ ผู้ศึกษากำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ไว้ที่ระดับ 0.05 การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ มี 2 ประเภท ได้แก่

1. สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) ใช้แจกแจงความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบการแปลความหมายเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายข้อมูลในด้านลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistic) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามของสมมติฐานการวิจัย

## สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัดแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด

สถิติที่ใช้ ใช้การทดสอบ  $t$ -test เพื่อทดสอบสมมติฐานในส่วนตัวแปรเพศ และใช้ One - Way ANOVA เพื่อทดสอบสมมติฐานในส่วนตัวแปร อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัดมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด

ตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของ  
บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด

ตัวแปรตาม คือ ทศนคติที่มีต่อบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด

สถิติที่ใช้ ใช้ Pearson correlation coefficient ในการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาค่าสถิติ  
ความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปร

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติที่มีต่อบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด  
มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด

ตัวแปรอิสระ คือ ทศนคติที่มีต่อบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ภาพลักษณ์ของบริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด

สถิติที่ใช้ ใช้ Pearson correlation coefficient ในการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาค่าสถิติ  
ความสัมพันธ์ของทั้งสองตัวแปร