

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth interview) เป็นเครื่องมือ และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ด้วยการใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1 ประชาชน ซึ่งหมายถึง ประชาชนหรือบุคคลที่มีอายุระหว่าง 21 ปีขึ้นไปไม่จำกัดเพศ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ สาเหตุที่เลือกกลุ่มบุคคลในกลุ่มอายุ 21-60 ปีนั้น เนื่องจากผู้ที่มีอายุ 21 ปีขึ้นไปถือว่าบรรลุนิติภาวะและสามารถคิดคำตอบได้ด้วยตนเอง ส่วนการจำกัดอายุผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 60 ปีนั้น เนื่องจากผู้ที่มีอายุเกิน 60 ปีนั้น อาจมีความสนใจเรื่องข่าวสารบ้านเมืองน้อย หรือเห็นว่าไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับข่าวสารนั้น ๆ ซึ่งผลจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ประชากรอายุระหว่าง 21-60 ปี ทั่วประเทศมีทั้งสิ้น 32,271,413 คน

1.2 สื่อมวลชน จะศึกษาเฉพาะสื่อมวลชนที่อยู่ในส่วนกลาง คือ ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการข่าว หนังสือพิมพ์ และสถานีวิทยุโทรทัศน์ สายการเมืองที่รับผิดชอบข่าวกระบวนการยุติธรรม สาเหตุที่เลือกสื่อมวลชนกลุ่มดังกล่าวที่อยู่ในส่วนกลาง เนื่องจากการเผยแพร่ข่าวสารที่อยู่ในความสนใจของประชาชนส่วนใหญ่จะเป็นข่าวที่สื่อมวลชนส่วนกลางเป็นผู้เผยแพร่ออกไป และสื่อมวลชนเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อประชาชนสูง โดยเฉพาะการเผยแพร่ข่าวการสั่งฟ้องหรือสั่งไม่ฟ้องคดีที่มีความสำคัญ สื่อมวลชนจะเผยแพร่ข่าวสารจนประชาชนมีความรู้สึกคล้อยตาม ถึงขนาดเกิดกระแสมหาชนได้ ดังนั้น สื่อมวลชนในส่วนกลางนี้ถือได้ว่าเป็นสถาบันที่มีอิทธิพลสูงต่อความคิดอ่านของประชาชน และมีส่วนในการสร้างหรือทำลายภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการสูงสุดได้

2. กลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มประชาชนทั่วไป

ประชาชนที่มีอายุระหว่าง 21-60 ปี ทั่วประเทศมีจำนวนทั้งสิ้น 32,271,413 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างนั้นได้ใช้วิธีการกำหนดโดยอาศัยตารางกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ TARO YAMANE (อ้างถึงในวิเชียร เกตุสิงห์ : การวิจัยเชิงปฏิบัติ หน้า 29) กำหนดว่า ประชากรเกิน 100,000 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความผิดพลาดไม่เกิน 5% ต้องใช้กลุ่มตัวอย่างมาทำการวิจัย 398 คน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างมาทำการวิจัยแบบ purposive sampling โดยการกำหนดจังหวัดขึ้นเป็นตัวแทนภาค ซึ่งจังหวัดนั้นจะต้องเป็นจังหวัดขนาดใหญ่มีสำนักงานอัยการเขตตั้งอยู่ และรับผิดชอบคดีสำคัญ ๆ ที่อยู่ในความสนใจของสาธารณชน ซึ่งจังหวัดที่เลือกขึ้นมาได้แก่

1. กรุงเทพมหานคร เป็นตัวแทนภาคกลาง
2. จังหวัดเชียงใหม่ เป็นตัวแทนภาคเหนือ
3. จังหวัดขอนแก่น เป็นตัวแทนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
4. จังหวัดสงขลา เป็นตัวแทนภาคใต้

จากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มแบบกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Quota Sampling) กำหนดให้จังหวัดละ 100 คน รวมเป็น 400 คน โดยเก็บทุกอำเภอที่มีสำนักงานอัยการจังหวัดตั้งอยู่ ดังนี้

1. กรุงเทพมหานคร
 - เขตพระนคร
 - เขตจตุจักร
 - เขตจอมทอง
2. จังหวัดเชียงใหม่
 - อำเภอเมือง
 - อำเภอฝาง
3. จังหวัดขอนแก่น
 - อำเภอเมือง
 - อำเภอพล
4. จังหวัดสงขลา
 - อ.เมือง

ทำการเก็บข้อมูล ณ ที่ทำการสำนักงานอัยการสูงสุด สำนักงานอัยการจังหวัดที่เป็นตัวแทนภาค สถานที่ราชการ ห้างสรรพสินค้า ธนาคารและตลาดสด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

รวมการเก็บข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชน 400 คน

2.2 สื่อมวลชน

- ศึกษาเฉพาะสื่อมวลชนที่อยู่ในส่วนกลาง คือ หนังสือพิมพ์ และวิทยุโทรทัศน์ สายการเมืองที่รับผิดชอบข่าวกระบวนการยุติธรรมโดยวิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth interview) ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการข่าวหนังสือพิมพ์ที่มียอดขายสูงสุด คือ ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน ข่าวสด ไทยโพสต์ เดอะเนชั่น กรุงเทพธุรกิจ สยามรัฐ และสถานีโทรทัศน์ที่นำเสนอข่าวสารที่ประชาชนนิยมชมมากที่สุดคือช่อง 3, 7, 9 และ ITV

รวมการเก็บข้อมูลในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสื่อมวลชนประมาณ 12 คน

ดังนั้น การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงต้องใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 412 คน โดยกำหนดให้กลุ่มประชาชนทั่วไปที่มีอายุ 21 ปี - 60 ปี จำนวน 400 คน (ใช้การวิจัยเชิงสำรวจด้วยการตอบแบบสอบถาม) และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสื่อมวลชนส่วนกลางจำนวน 12 คน (ใช้การวิจัยเชิงสำรวจด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก) เนื่องจากจำนวนประชากรของประชาชนทั่วไปมีจำนวนมากกว่าสื่อมวลชน นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการสูงสุดในสายตาของประชาชนเป็นหลัก เนื่องจากหากประชาชนมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี หรือยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่และการปฏิบัติงานของสำนักงานอัยการสูงสุดดีพอ แสดงให้เห็นว่าประชาชนอาจไม่มีความเชื่อมั่นและศรัทธาต่อสำนักงานอัยการสูงสุดและแสดงให้เห็นถึงการทำงานของฝ่ายประชาสัมพันธ์ และผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ สำนักงานอัยการสูงสุดประสบความสำเร็จส่วนน้อยของสื่อมวลชนนั้นส่วนหนึ่งเป็นเสียงสะท้อนจากประชาชนเช่นกัน จึงต้องนำความคิดเห็นของสื่อมวลชนเป็นส่วนประกอบด้วยเช่นกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1. แบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถามปลายปิด (close-ended) และคำถามปลายเปิด (open-ended) โดยแบ่งรายละเอียดของแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 2 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสารจากสื่อต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 3 ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ และภาพลักษณ์ โดยได้แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้
 - 3.1 การรับรู้
 - 3.2 ภาพลักษณ์ ซึ่งแบ่งภาพลักษณ์ออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้
 - 3.2.1. ภาพลักษณ์ด้านบทบาทและการปฏิบัติหน้าที่
 - 3.2.2. ภาพลักษณ์ด้านบุคลากรและบริการ
 - 3.2.3. ภาพลักษณ์ด้านสังคม
 - 3.2.4. ภาพลักษณ์ด้านผู้บริหาร
- ตอนที่ 4 ประกอบด้วยคำถามที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ข้อเสนอแนะ และความคาดหวังที่กลุ่มตัวอย่างต้องการจากสำนักงานอัยการสูงสุด

ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ออกแบบเสร็จเรียบร้อยแล้วไปทำการทดสอบก่อน (Pretest) เป็นจำนวน 30 ชุด สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไป โดยจะเลือกทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างและประชากรจริง

2. .แบบสัมภาษณ์ ใช้การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-Structured interview) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้าแล้ว เช่น ท่านมีความรู้เกี่ยวกับบทบาทการปฏิบัติหน้าที่ของสำนักงานอัยการสูงสุดอย่างไร บทบาทของสำนักงานอัยการสูงสุดในปัจจุบันนี้ควรมีการเพิ่มหรือลดบทบาทด้านใดบ้างหรือไม่ การสังกัดของสำนักงานอัยการสูงสุดเป็นไปด้วยความโปร่งใสหรือไม่ มากน้อยเพียงใด การนำเสนอข่าวสารของสำนักงานอัยการสูงสุดเพียงพอแก่ความต้องการของท่านหรือไม่

เกณฑ์การให้คะแนน

แบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นคำถามปลายเปิด ซึ่งกรณีนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ และความคิดเห็น จะใช้เกณฑ์การให้คะแนนเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบของ Likert ซึ่งจะแบ่งเป็น 5 ระดับ และอ่านค่าคะแนนเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้

ความคิดเห็น	5	4	3	2	1
	----- ----- ----- -----				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนคำถามปลายเปิดจะเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความรู้สึกที่เขามีต่อการทำงานของสำนักงานอัยการสูงสุด ความรู้สึกที่เขาได้รับจากพนักงานอัยการ หรือความรู้สึกที่ได้รับจากการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชน

เกณฑ์การให้คะแนนคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสารภาพลักษณ์ แบ่งตามระดับการให้คะแนนดังนี้

พฤติกรรม的开รับข่าวสาร

มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการสูงสุด

เห็นด้วยอย่างยิ่ง/ดีมาก	5 คะแนน
เห็นด้วย/ดี	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ/ปานกลาง	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย/ไม่ดี	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/ไม่ดียังยิ่ง	1 คะแนน

การวัดภาพลักษณ์

สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและภาพลักษณ์ของสำนักงาน อัยการสูงสุด แบ่งตามระดับการให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนนตั้งแต่ 1.00-1.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ไม่ดีอย่างยิ่ง
ระดับคะแนนตั้งแต่ 1.51-2.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ ไม่ดี
ระดับคะแนนตั้งแต่ 2.51-3.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ปานกลาง
ระดับคะแนนตั้งแต่ 3.51-4.50	หมายถึง	ภาพลักษณ์ดี
ระดับคะแนนตั้งแต่ 4.51-5.00	หมายถึง	ภาพลักษณ์ดีมาก

การทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามดังกล่าวไปทดลองใช้ (pretest) ก่อนจำนวน 30 ชุด โดยทดสอบใช้กับกลุ่มที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำกลับมาทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือได้ (α) ของแบบสอบถามส่วนที่เป็นคำถามปลายเปิดด้านต่าง ๆ แล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาแก้ไขข้อบกพร่องให้เหมาะสม โดยการขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา หลังจากนั้นจึงส่งแบบทดสอบที่แก้ไขแล้ว ออกไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงให้ได้ครบตามจำนวนและวิธีการตามที่ได้กำหนดไว้

วิธีการหาค่าความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถามนี้เรียกว่า Alpha Coefficient ของ Cronbach มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \sum \frac{V_1}{V_t} \right\}$$

เมื่อ α	คือ	ค่าความน่าเชื่อถือได้
k	คือ	จำนวนข้อ
V_1	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
V_t	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ซึ่งจากการทดสอบความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ ได้ค่าความน่าเชื่อถือดังนี้

1. ลักษณะทางประชากร ได้ค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.71
2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ได้ค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.84
3. การรับรู้และภาพลักษณ์ ได้ค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.78

วิธีการเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Data Collection) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามเป็นแนวทางจังหวัดละ 100 ชุด ซึ่งเป็นจังหวัดที่เลือกขึ้นมา 4 จังหวัด และเก็บรวบรวมข้อมูลในเขตที่มีสำนักงานอัยการจังหวัดตั้งอยู่คือ

1. กรุงเทพมหานคร

1.1 เขตพระนคร

- สำนักงานอัยการสูงสุด (สนามหลวง)

1.2 เขตจตุจักร

- สำนักงานอัยการสูงสุด (รัชดาภิเษก)

1.3 เขตจอมทอง

- สำนักงานอัยการสูงสุด (ธนบุรี)

2. จังหวัดเชียงใหม่

2.1 อ.เมือง จ.เชียงใหม่

- สำนักงานอัยการเขต 5
- สำนักงานอัยการจังหวัดเชียงใหม่
- สำนักงานอัยการประจำศาลแขวงเชียงใหม่
- สำนักงานอัยการประจำศาลเยาวชนและครอบครัวจังหวัดเชียงใหม่

2.2 อ.ฝาง จ.เชียงใหม่

- สำนักงานอัยการประจำศาลจังหวัดฝาง

3. จังหวัดขอนแก่น

3.1 อ.เมือง จ.ขอนแก่น

- สำนักงานอัยการเขต 4
- สำนักงานอัยการจังหวัดขอนแก่น
- สำนักงานอัยการประจำศาลแขวงขอนแก่น
- สำนักงานอัยการประจำศาลเยาวชนและครอบครัวจังหวัดขอนแก่น

3.2 อ.พล จ.ขอนแก่น

- สำนักงานอัยการประจำศาลจังหวัดพล

4. จังหวัดสงขลา

4.1 อ.เมือง จ.สงขลา

- สำนักงานอัยการเขต 9
- สำนักงานอัยการจังหวัดสงขลา
- สำนักงานอัยการประจำศาลแขวงสงขลา
- สำนักงานอัยการประจำศาลเยาวชนและครอบครัวจังหวัดสงขลา

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสื่อมวลชนทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Indepth interview) ผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการข่าวการเมือง หนังสือพิมพ์และสถานีโทรทัศน์ที่ประชาชนนิยมบริโภคข่าวสารมากที่สุด จำนวน 12 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจะนำมาประเมินผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยนำผลการวิเคราะห์มาสรุปและนำเสนอ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จะใช้วิธีการวิเคราะห์คำตอบที่ได้รับจากสื่อมวลชน คือ ความคิดเห็น ความรู้ ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่และความคาดหวังของ สื่อมวลชนที่มีต่อองค์กร

2. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ใช้การบรรยายข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อประเมินคำตอบจากแบบสอบถาม

การทดสอบสมมติฐาน

1. การทดสอบลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการสูงสุด ใช้วิธีการทดสอบทางสถิติโดยวิธี การทดสอบหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ F - test และ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance หรือ ANOVA

2. การทดสอบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสำนักงานอัยการสูงสุด ใช้วิธีการหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Pearson Product Moment Correlation Coefficient