

### บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษา จินตภาพและสัมพันธภาพ ระหว่างนักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ในฐานะแหล่งข่าว ในการรายงานข่าวสารด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ จากกลุ่มนักข่าวด้านเศรษฐกิจ ของหนังสือพิมพ์รายวัน ทั้งประเภทแนวข่าวทั่วไปและแนวข่าวเศรษฐกิจ และนักประชาสัมพันธ์ที่ทำงานในองค์กรที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

#### ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย นักข่าวด้านเศรษฐกิจ และ นักประชาสัมพันธ์ที่ทำงานในองค์กรธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยนิยามเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. นักข่าวด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจสายต่าง ๆ บรรณาธิการข่าว หรือ หัวหน้าข่าวเศรษฐกิจ ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าว หรือผู้ช่วยหัวหน้าข่าวเศรษฐกิจ รวมทั้งผู้เรียบเรียงข่าวเศรษฐกิจ (Rewriter) จากหนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการแบ่งสายข่าวเศรษฐกิจออกเป็น 7 สาย ดังนี้

1. สายธุรกิจหลักทรัพย์ การเงิน การธนาคาร
2. สายธุรกิจคอมพิวเตอร์ - ไอที - โอเอ
3. สายธุรกิจยานยนต์
4. สายธุรกิจสื่อสาร คมนาคม
5. สายธุรกิจการตลาด
6. สายธุรกิจการเกษตร
7. สายธุรกิจซื้อขายที่ดิน และอสังหาริมทรัพย์

2. นักประชาสัมพันธ์ที่ทำงานในองค์กรเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจัดแบ่งกลุ่มองค์กรธุรกิจ ซึ่งมักพบเห็นในหน้าหนังสือพิมพ์แต่ละวัน ออกเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจหลักทรัพย์ การเงิน การธนาคาร
2. กลุ่มธุรกิจคอมพิวเตอร์ - ไอที - โอเอ
3. กลุ่มธุรกิจยานยนต์
4. กลุ่มธุรกิจสื่อสาร คมนาคม
5. กลุ่มธุรกิจการตลาด

## 6. กลุ่มธุรกิจการเกษตร

## 7. กลุ่มธุรกิจซื้อขายที่ดิน และอสังหาริมทรัพย์

## กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ครั้งนี้ ประกอบนักข่าวเศรษฐกิจ จำนวน 80 คน และนักประชาสัมพันธ์ จำนวน 70 คน รวมกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 150 คนประกอบด้วย

1. นักข่าวด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ บรรณาธิการข่าว หรือ หัวหน้าข่าวเศรษฐกิจ สายต่าง ๆ ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าวหรือผู้ช่วยหัวหน้าข่าวเศรษฐกิจสายต่าง ๆ ผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจสายต่าง ๆ และผู้เรียบเรียงข่าวเศรษฐกิจ (Rewriter) จากหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 80 คน แยกเป็นโควต้า (Quota Sampling ) ตามข้อฉบับได้ 13 ข้อฉบับ ในสัดส่วน ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ	จำนวน	8	คน
2. หนังสือพิมพ์ข่าวสด	จำนวน	6	คน
3. หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน	จำนวน	6	คน
4. หนังสือพิมพ์เดลินิวส์	จำนวน	6	คน
5. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์	จำนวน	6	คน
6. หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ	จำนวน	6	คน
7. หนังสือพิมพ์แนวหน้า	จำนวน	6	คน
8. หนังสือพิมพ์บ้านเมือง	จำนวน	6	คน
9. หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน	จำนวน	6	คน
10. หนังสือพิมพ์มติชน	จำนวน	6	คน
11. หนังสือพิมพ์วัฏจักร	จำนวน	6	คน
12. หนังสือพิมพ์สยามโพสต์	จำนวน	6	คน
13. หนังสือพิมพ์สยามรัฐ	จำนวน	6	คน

ทั้งนี้จะใช้วิธีเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยพยายามกระจายกลุ่มตัวอย่างไปยังทุกสายข่าวเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์แต่ละข้อฉบับ

2. นักประชาสัมพันธ์ที่ทำงานในองค์กรเอกชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในเขตกรุงเทพมหานคร (เนื่องจากเป็นองค์กรธุรกิจเอกชนที่มีขนาดใหญ่ และมีการทำประชาสัมพันธ์แบบ In House) จำนวน 70 คน โดยจัดแบ่งกลุ่มองค์กรธุรกิจ ซึ่งมักพบเห็นในหน้าหนังสือพิมพ์แต่ละวัน แยกเป็นโควต้า (Quota Sampling ) ออกเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มธุรกิจหลักทรัพย์ การเงิน การธนาคาร	จำนวน	10	คน
2. กลุ่มธุรกิจคอมพิวเตอร์ - ไอที - ไอเอ	จำนวน	10	คน
3. กลุ่มธุรกิจยานยนต์	จำนวน	10	คน
4. กลุ่มธุรกิจสื่อสาร คมนาคม	จำนวน	10	คน
5. กลุ่มธุรกิจการตลาด	จำนวน	10	คน
6. กลุ่มธุรกิจการเกษตร	จำนวน	10	คน
7. กลุ่มธุรกิจซื้อขายที่ดิน และอสังหาริมทรัพย์	จำนวน	10	คน

ทั้งนี้จะใช้วิธีเลือกตัวอย่างตามสะดวก ( Convenience Sampling ) โดยพยายามกระจายกลุ่มตัวอย่างไปยังทุกกลุ่มธุรกิจ

### ตัวแปรการวิจัย ( Variable )

#### 1. จินตภาพ

##### 1.1 แบ่งตามประเด็น

- จินตภาพด้านการรับรู้ต่อสถานภาพทางวิชาชีพ
- จินตภาพด้านการรับรู้ต่อคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ
- จินตภาพด้านการรับรู้ต่อการปฏิบัติวิชาชีพ

##### 1.2 แบ่งตามทิศทาง

- จินตภาพในทิศทางบวก
- จินตภาพระหว่างกลาง
- จินตภาพในทิศทางลบ

#### 2. สัมพันธภาพ

##### 2.1 แบ่งตามที่เป็นจริงและที่คาดหวัง

- สัมพันธภาพที่เป็นอยู่ปัจจุบัน
- สัมพันธภาพที่ควรจะเป็น

##### 2.2 แบ่งตามระดับของสัมพันธภาพ

- ขึ้นต่อกัน
- เป็นอิสระต่อกัน

## เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เป็นแนวทางรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) 2 ชุด

1. สำหรับนักข่าวเศรษฐกิจ
2. สำหรับนักประชาสัมพันธ์

ซึ่งแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ การสังกัดฉบับหรือประเภทกลุ่มธุรกิจ ระยะเวลาที่ผ่านประสบการณ์งานด้านงานหนังสือพิมพ์ หรืองานด้านประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับ จินตภาพหรือการรับรู้ ต่อกัน ระหว่างนักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ ในประเด็นต่างๆดังนี้ คือ

- 2.1 วิเคราะห์จินตภาพที่มีต่อกัน ในแง่สถานภาพทางวิชาชีพของตนเองในสังคม
- 2.2 วิเคราะห์จินตภาพที่มีต่อกัน ด้านบุคลิกภาพของนักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์
- 2.3 การวิเคราะห์จินตภาพที่มีต่อกันในด้านการปฏิบัติวิชาชีพ จรรยาบรรณและความรับผิดชอบ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะสัมพันธ์ภาพ ในการทำงานด้านข่าวสาร ระหว่างนักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์

- 3.1 ด้านความเป็นอิสระต่อกันในการรายงานข่าว
- 3.2 ด้านระดับความสัมพันธ์ต่อกัน
- 3.3 ด้านสัมพันธ์ภาพ หรือการปฏิบัติต่อกันที่เป็นจริงและควรจะเป็น ตามความคิดเห็นของนักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์
- 3.4 ด้านพฤติกรรมกรับ/การให้ ผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยติดต่อผ่านสำนักงานหนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆ และหน่วยงานธุรกิจที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยการโทรศัพท์ขอความร่วมมือจากนักข่าวด้านเศรษฐกิจ และ นักประชาสัมพันธ์องค์กรธุรกิจเอกชน แล้วนำแบบสอบถามไปส่งด้วยตนเอง พร้อมทั้งรอรับคืน หรือนัดวันรับคืน

## การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล ลงรหัสประมวลผล และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขาวิชาที่จบการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์การทำงาน วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับ จินตภาพและการรับรู้ต่อกัน ระหว่างนักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์ โดยวิเคราะห์คะแนนจากค่าเฉลี่ย ตามเกณฑ์การให้น้ำหนัก ดังนี้

2.1 วิเคราะห์จินตภาพที่มีต่อกัน ในแง่สถานภาพทางวิชาชีพของตนเองในสังคม โดยกำหนดให้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอยู่ในอันดับ 1,2,3...10 เรียงตามลำดับ

2.2 วิเคราะห์จินตภาพที่มีต่อกัน ด้านบุคลิกภาพของนักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์ โดยกำหนดเกณฑ์การให้น้ำหนัก คือ ค่าเฉลี่ยการรับรู้ +1 +2 +3 หมายถึง จินตภาพในทิศทางที่ดีจนถึงดีที่สุดใน เรียกว่าจินตภาพเชิงบวก และ -1 -2 -3 หมายถึง จินตภาพในทิศทางที่ไม่ดีจนถึงไม่ดีที่สุดใน เรียกว่าจินตภาพเชิงลบ ส่วนน้ำหนักเฉลี่ย 0 หมายถึง กลางๆ

2.3 การวิเคราะห์จินตภาพที่มีต่อกันในด้านการปฏิบัติวิชาชีพ โดยกำหนดเกณฑ์การให้น้ำหนัก ดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน	0.00 - 1.00	ถือว่า ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยคะแนน	1.01 - 2.00	ถือว่า ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยคะแนน	2.01 - 3.00	ถือว่า กลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนน	3.01 - 4.00	ถือว่า เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยคะแนน	4.01 - 5.00	ถือว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3. วิเคราะห์ลักษณะสัมพันธ์ภาพ และการปฏิบัติต่อกันระหว่างนักข่าวเศรษฐกิจกับนักประชาสัมพันธ์ โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าเฉลี่ย ตามเกณฑ์การให้น้ำหนัก ดังนี้

3.1 ด้านความเป็นอิสระต่อกันในการรายงานข่าว กำหนดเกณฑ์การให้น้ำหนักดังนี้

ค่าเฉลี่ย คะแนน	0.00 - 1.00	ถือว่า เกี่ยวพันกันหรือขึ้นตรงต่อกันมาก
ค่าเฉลี่ย คะแนน	1.01 - 2.00	ถือว่า ค่อนข้างเกี่ยวพันกันหรือขึ้นตรงต่อกัน
ค่าเฉลี่ย คะแนน	2.01 - 3.00	ถือว่า กำกวม
ค่าเฉลี่ย คะแนน	3.01 - 4.00	ถือว่า ค่อนข้างเป็นอิสระ
ค่าเฉลี่ย คะแนน	4.01 - 5.00	ถือว่า เป็นอิสระต่อกันมากในการรายงานข่าว

### 3.2 ด้านระดับความสัมพันธ์ต่อกัน กำหนดเกณฑ์การให้น้ำหนักดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน	0.00 - 1.00	ถือว่า สนิทสนมกันมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยคะแนน	1.01 - 2.00	ถือว่า สนิทสนมมาก
ค่าเฉลี่ยคะแนน	2.01 - 3.00	ถือว่า สนิทสนมปานกลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนน	3.01 - 4.00	ถือว่า สนิทสนมน้อย
ค่าเฉลี่ยคะแนน	4.01 - 5.00	ถือว่า สนิทสนมน้อยที่สุด

### 3.3 ด้านสัมพันธภาพ หรือการปฏิบัติต่อกันที่เป็นจริงและควรจะเป็น ตามความคิดเห็นของนักข่าวเศรษฐกิจและนักประชาสัมพันธ์ กำหนดเกณฑ์การให้น้ำหนักดังนี้

ค่าเฉลี่ยคะแนน	1.00 - 1.49	หมายถึง ระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยคะแนน	1.50 - 2.49	หมายถึง ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ยคะแนน	2.50 - 3.49	หมายถึง ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยคะแนน	3.50 - 4.49	หมายถึง ระดับมาก
ค่าเฉลี่ยคะแนน	4.50 ขึ้นไป	หมายถึง ระดับมากที่สุด

### 3.4 ด้านพฤติกรรมกรรมการรับ/การให้ ผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์การให้ความสำคัญต่อบัจจัยในการพิจารณานำเสนอและเผยแพร่ข่าว วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ และจัดอันดับการให้ความสำคัญโดยเรียงค่าเฉลี่ยของอันดับที่ประเมิน กำหนดให้ค่าเฉลี่ยมากที่สุดอยู่ในอันดับ 1,2,3...

ส่วนที่ 5 ทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ( Descriptive Statistics ) เป็นการหาค่าสถิติร้อยละ โดยนำข้อมูลที่ได้มาแจกแจงความถี่ ( Frequency ) ค่าร้อยละ (Percentage) หาค่าเฉลี่ยเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่ศึกษา

สมมติฐานที่ 1 นักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ต่างมี จินตภาพและแนวโน้มในการรับรู้ซึ่งกันและกัน ในทิศทางค่อนข้างลบ มากกว่าทางบวก ทั้งในแง่ของสถานภาพทางวิชาชีพ คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพและการปฏิบัติวิชาชีพ

สมมติฐานที่ 2 นักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ ส่วนใหญ่ มีสัมพันธภาพต่อกัน ในลักษณะขึ้นต่อกันมากกว่าเป็นอิสระต่อกัน