การวิเคราะห์อภิมานงานวิทยานิพนธ์
ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
META - ANALYSIS OF MASTER'S THESIS
OF COMMUNICATION ARTS IN BANGKOK UNIVERSITY

BANGKOK UNIVERSITY
FOUNDED 1962

การวิเคราะห์อภิมานงานวิทยานิพนธ์
ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

META-ANALYSIS OF MASTER'S THESIS
OF COMMUNICATION ARTS IN BANGKOK UNIVERSITY

ภัทริน สันทศนะสุวรรณ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2558

© 2559
ภัทริน สันทศนะสุวรรณ
สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง การวิเคราะห์อภิมานงานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผู้วิจัย ภัทริน สันทศนะสุวรรณ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา [redacted]
(รองศาสตราจารย์ ดร.รสชงพร โกมลเสวิน)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม [redacted]
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพล ภูรัต)

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย [redacted]
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ ศุภดิลก)

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก [redacted]
(ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.นงลักษณ์ วิรัชชัย)

[redacted]
(ดร.ศันสนีย์ เทพปัญญา)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 27 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2559

ภัทริน สันทศนะสุวรรณ. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, มีนาคม 2559, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
การวิเคราะห์อภิมานงานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (290 หน้า)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ดร.รสชงพร โกมลเสวิน

บทคัดย่อ

การวิเคราะห์อภิมานครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2) เพื่อประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 3) เพื่อศึกษาดัชนีมาตรฐานของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 4) เพื่ออธิบายความแปรปรวนของผลวิจัยด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยศึกษาจากวิทยานิพนธ์ระหว่างปีพ.ศ. 2537 - 2556 จำนวน 46 เรื่อง ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัยและแบบประเมินคุณภาพงานวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติบรรยาย การวิเคราะห์ตารางไขว้ (Cross-Tabs) การวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายทาง (Two-Way ANOVA) และการวิเคราะห์ถดถอยพหูคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการสังเคราะห์สามารถสรุปได้ ดังนี้

1) วิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีผู้วิจัยเป็นเพศหญิง ทำเสร็จระหว่างปี พ.ศ. 2542 - 2546 และมีอาจารย์ที่ปรึกษาตำแหน่งผู้ช่วยศาสตรจารย์มากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นวิทยานิพนธ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาและหาความสัมพันธ์ ใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด อีกทั้งยังใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนและการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) มากที่สุด

2) ผลการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์ โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

3) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพของวิทยานิพนธ์ ประกอบไปด้วย การตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างของแบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ จำนวนตัวแปรตาม และสถิติ Chi-square

4) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ส่งผลต่อความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ทางด้านผลของสื่อต่อผู้รับสารอย่างมีนัยสำคัญ ประกอบไปด้วย ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยและตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา ประเภทของตัวแปรตามที่เลือกใช้ และคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวม

5) ตัวแปรวิธีดำเนินงานวิจัยด้านชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค และ ค่าความเที่ยงของเครื่องมือ สามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ได้ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00 และ .01 ตามลำดับ

6) ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภคผ่านทางตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี หรือผ่านทางตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha หรือผ่านทางตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ และผ่านตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ ไปถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร

อนุมัติ: [redacted]

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Santhasanasuwan P. M.Com.Arts (Strategic Communications), March 2016, Graduate School, Bangkok University.

Meta-Analysis of Master's Thesis of Communication Arts in Bangkok University. (290 pp.)

Thesis Advisor: Assoc.Prof.Rosechongporn Komolsevin, Ph.D.

ABSTRACT

The purposes of Meta-Analysis are

1) To analyze the research characteristics of the Master's Theses in Communication Arts of Bangkok University. 2) To assess the research quality of the Master's Theses in Communication Arts of Bangkok University. 3) To study the standard index of the Master's Theses in Communication Arts of Bangkok University, and 4) To describe the variance of research results with the research Characteristic variables. The 46 theses conducted between 1994 - 2013 were selected, and research tools used to collect the information are the code sheet of research characteristics, method and results are the evaluation form of research quality. The data were analyzed using descriptive statistics, cross tabulation, ANOVA and multiple regression analysis.

The synthesis can be concluded as follows:

1) The selected theses done between 1994 -2003 were mostly conducted by a female researcher, the advisor's academic title of assistant professor. These theses mostly explored the relationships between variables based on the exposure theory and the data were analyzed using One-way ANOVA

2) The average of the research quality was at the high level.

3) The statistically significant research variables affecting the research quality were content editing, language use, structure of research tools, reliability of research tools, number of dependent variables and Chi-square test statistics.

4) The statistically significant research characteristics variables affecting the variance of the adjusted correlation coefficients indicating the effects of media on receivers were publication year, advisor's academic title, dependent variables type, and the quality of the research tools.

5) Research method variables on Cronbach's Alpha Coefficient of research tools, theory of knowledge, attitude and behavior, and reliability of research tools, could positively explain the adjusted correlation coefficient indicating the effects of media on receivers at the statistical significance levels of .001 and .01 respectively.

6) The variable of Assistant Professor has direct effect on the adjusted correlation coefficient indicating the effects of media on receivers weren't statistically significant. and the variable of assistant professor have indirect effect past to variable theory of knowledge, attitude and behavior of consumers, and past to the quality of the research tools or Cronbach's Alpha Coefficient of research tools or reliability of research tools and past to the research quality to the adjusted correlation coefficient indicating the effects of media on receivers.

Approved: [redacted]

Thesis Advisor

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องการวิเคราะห์อภิมานงานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร.รสชงพร โกมลเสวิน และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรพล ภูรัต อาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมที่ได้สละเวลาในการอ่านวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ตลอดจนการให้คำปรึกษาชี้แนะเพิ่มเติม และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ถูกต้อง และเสร็จสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของอาจารย์ทั้ง 2 ท่าน ที่ช่วยสนับสนุนให้ผู้วิจัยสามารถทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้สำเร็จได้ตามเป้าหมายที่ตั้งใจไว้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเลิศ ศุภดิลก กรรมการผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย และ ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.นงลักษณ์ วิรัชชัย กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่ได้สละเวลาในการอ่านตรวจทานและให้ข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงเนื้อหาจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจที่ได้ให้กับผู้วิจัยเสมอมา ขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้ให้ทำการสัมภาษณ์ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามอย่างดี รวมทั้งอาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านในการอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ เป็นอย่างดี ตลอดจนผู้มีอุปการคุณ และบุคคลที่เกี่ยวข้องที่มิอาจกล่าวได้ครบมา ณ โอกาสนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ที่เชื่อมั่นในตัวของผู้วิจัยและเป็นกำลังใจสนับสนุนผู้วิจัยตลอดมาจนสามารถทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ภัทริน สันทศนะสุวรรณ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ซ
สารบัญตาราง	ฐ
สารบัญภาพ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	7
1.3 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	8
1.4 คำถามของงานวิจัย	8
1.5 ขอบเขตของงานวิจัย	9
1.6 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	9
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย	10
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร	11
2.1.1 ความหมายของการสื่อสารและนิเทศศาสตร์	11
2.1.2 กระบวนการสื่อสารและแบบจำลองการสื่อสาร	14
2.1.3 ประเภทของการสื่อสาร	24
1) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารภายในบุคคล	24
2) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล	30
3) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารกลุ่ม	36
4) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารองค์การ	39
5) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน	42
6) แนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารอื่น ๆ	48

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 2 (ต่อ) เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย	60
2.2.1 ความสำคัญของการสังเคราะห์งานวิจัย	60
2.2.2 ความหมายของการสังเคราะห์งานวิจัย	61
2.2.3 ประเภทของการสังเคราะห์งานวิจัย	62
2.2.4 รูปแบบของการสังเคราะห์งานวิจัย	63
2.2.5 ขั้นตอนขอกการสังเคราะห์งานวิจัย	65
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์อภิมาน	67
2.3.1 ความเป็นมาของการวิเคราะห์อภิมาน	67
2.3.2 ความหมายของการวิเคราะห์อภิมาน	67
2.3.3 ลักษณะสำคัญของการวิเคราะห์อภิมาน	69
2.3.4 หลักและวิธีการวิเคราะห์อภิมาน	70
2.3.5 ประเภทของการวิเคราะห์อภิมาน	74
2.3.6 ขั้นตอนการวิเคราะห์อภิมาน	77
2.4 การสำรวจเอกสาร	84
2.5 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	88
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	89
3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	89
3.2 แหล่งข้อมูลของการวิจัย	92
3.3 คำจำกัดความในงานวิจัย	100
3.4 ตัวแปรและข้อมูลในงานวิจัย	101
3.5 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	104
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	107
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	108
3.8 การนำเสนอข้อมูล	109

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 บทวิเคราะห์ข้อมูล	110
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์	113
4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยระดับเล่ม	113
4.1.2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐาน	124
4.2 ผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์	129
4.2.1 ผลการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์	129
4.2.2 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระดับคุณภาพของงานวิจัย	138
4.3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหูคูณระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ใช้อธิบายคุณภาพงานวิจัย	140
4.4 ผลการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์อภิมาน	155
4.4.1 ผลการสังเคราะห์สรุปผลการวิจัยวัดในรูปสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัดโดยการนำเสนอสถิติบรรยาย	155
4.4.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย	161
4.4.3 ผลการวิเคราะห์เพื่ออธิบายความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย	170
4.5 การวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอย (Regression) และคำนวณค่าอิทธิพล	187
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	195
5.1 สรุปผลการวิจัย	196
5.2 การอภิปรายผล	202
5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย	221
5.4 ข้อเสนอแนะ	221
5.4.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้	221
5.4.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป	222

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	224
ภาคผนวก ก สูตรคำนวณดัชนีมาตรฐาน: วิธีการประมาณค่าโดยการคำนวณโดยตรง	237
ภาคผนวก ข สูตรคำนวณดัชนีมาตรฐาน: วิธีการประมาณค่าจากสถิติ	240
ภาคผนวก ค ตารางแสดงจำนวนงานวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่ได้จากการสืบค้นได้	244
ภาคผนวก ง ประเด็นที่ใช้ในการประเมิน 30 ด้าน	246
ภาคผนวก จ เกณฑ์การให้คะแนนการประเมิน	249
ภาคผนวก ฉ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร	251
ภาคผนวก ช เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย: แบบบันทึกคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์	254
ภาคผนวก ซ เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย: ประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์	264
ภาคผนวก ฌ สูตรการคำนวณค่าความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้	278
ภาคผนวก ญ เกณฑ์การให้คะแนนการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์	280
ภาคผนวก ฎ โครงสร้างของแบบประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์	282
ภาคผนวก ฏ รายชื่อวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์	284
ประวัติเจาของผลงาน	290
ขอตกลงวาดวยการอนุญาตใหใชสิทธิ์ในวิทยานิพนธ์	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: ตารางสรุปหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2534 จนถึงปี พ.ศ. 2556	3
ตารางที่ 1.2: ตารางสรุปเงื่อนไขการจบการศึกษาของนักศึกษาสาขาวิชา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งแผน ก. และแผน ข.	5
ตารางที่ 1.3: ตารางสรุปหัวข้อวิทยานิพนธ์ของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ ที่ใช้สำหรับ สังเคราะห์งานวิจัยตั้งแต่ พ.ศ. 2537 จนถึง พ.ศ. 2556	6
ตารางที่ 2.1: สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์อภิมานของแต่ละผู้เชี่ยวชาญอ้างอิงตามแบบของ กล้าสและคณะ	81
ตารางที่ 3.1: รายชื่อวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย กรุงเทพที่ใช้สำหรับการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์	94
ตารางที่ 3.2: ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยแยกตามประเภทของตัวแปร	104
ตารางที่ 4.1: แสดงข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัด ประเภท	117
ตารางที่ 4.2: แสดงข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง	123
ตารางที่ 4.3: แสดงข้อมูลของคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐาน	126
ตารางที่ 4.4: แสดงข้อมูลของคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐานด้านตัวแปรต่อเนื่อง	129
ตารางที่ 4.5: ผลการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	132
ตารางที่ 4.6: แสดงร้อยละ (ความถี่) ของงานวิจัยจำแนกตามระดับคุณภาพและการ ออกแบบงานวิจัย	139
ตารางที่ 4.7: การแปลงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านตัวแปรจัดประเภทให้เป็น ตัวแปรหุ่น	142
ตารางที่ 4.8: ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยกับคุณภาพงานวิจัย	147
ตารางที่ 4.9: การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายคุณภาพงานวิจัย	152
ตารางที่ 4.10: แสดงตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายลักษณะความสัมพันธ์ต่อตัวแปรคุณภาพ งานวิจัย	154

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.11: สถิติบรรยายและผลการทดสอบลักษณะการแจกแจงของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและกลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัด 156

ตารางที่ 4.12: ค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัด จำแนกตามช่วงต่าง ๆ 160

ตารางที่ 4.13: ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย 165

ตารางที่ 4.14: การแปลงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านตัวแปรจัดประเภทให้เป็นตัวแปรหุ่น 172

ตารางที่ 4.15: ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว 178

ตารางที่ 4.16: การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้ว 184

ตารางที่ 4.17: แสดงตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายลักษณะความสัมพันธ์ต่อสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ 186

ตารางที่ 4.18: แสดงค่าอิทธิพลของตัวแปร X1 ถึง X2 188

ตารางที่ 4.19: แสดงค่าอิทธิพลของตัวแปร X1, X2 ถึง $X3_{1-3}$ 189

ตารางที่ 4.20: แสดงค่าอิทธิพลของตัวแปร X1, X2, $X3_{1-3}$ ถึง X4 190

ตารางที่ 4.21: แสดงค่าอิทธิพลของตัวแปร X1, X2, $X3_{1-3}$, X4 ถึง Y 192

ตารางที่ 4.22: สรุปค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปร X1, X2, $X3_{1-3}$ และ X4 ถึง Y 194

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1: แบบจำลองของอริสโตเติล	14
ภาพที่ 2.2: แบบจำลองของลาสเวลล์	15
ภาพที่ 2.3: แบบจำลองของแชนนอนและวีเวอร์	16
ภาพที่ 2.4: แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์แบบที่ 1	17
ภาพที่ 2.5: แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์แบบที่ 2	18
ภาพที่ 2.6: แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์แบบที่ 3	19
ภาพที่ 2.7: แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์แบบที่ 4	19
ภาพที่ 2.8: แบบจำลองของเวสเลย์และแมคลีนแบบที่ 1	21
ภาพที่ 2.9: แบบจำลองของเวสเลย์และแมคลีนแบบที่ 2	22
ภาพที่ 2.10: แบบจำลองของเบอร์โล	23
ภาพที่ 2.11: กรอบความคิดของการวิจัย	88
ภาพที่ 3.1: กรอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	92
ภาพที่ 4.1: แผนภูมิต้นใบ (Stem and Leaf Plot)	157
ภาพที่ 4.2: แผนภูมิ Normal Q-Q Plot	158
ภาพที่ 4.3: แผนภูมิกล่อง (Box Plot)	159
ภาพที่ 4.4: รูปแบบเส้นทางแสดงความสัมพันธ์และค่าอิทธิพล	187
ภาพที่ 5.1: รูปแบบเส้นทางแสดงความสัมพันธ์และค่าอิทธิพล	217

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นิเทศศาสตร์ (Communication Arts) เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของมนุษย์ เป็นการนำความรู้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร และการวิจัยด้านนิเทศศาสตร์มาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ด้านการสื่อสาร (ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์, 2548) เป็นการศึกษาถึงกระบวนการการสื่อสารอันเป็นองค์ประกอบขั้นพื้นฐานที่สำคัญของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการสื่อสารประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร เป็นต้น การศึกษาด้านนิเทศศาสตร์มีขึ้นเพื่อฝึกให้มนุษย์มีทักษะในการสื่อสาร สามารถทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น รวมถึงแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร และใช้ความรู้ที่ได้จากการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ไปปรับปรุงการอยู่ร่วมกันของคนเราในแต่ละสังคมให้ดีขึ้น (นิภาพรรณ์ แก้วสุวรรณ์, 2532) เนื่องจากในปัจจุบันการสื่อสารมีความสำคัญอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เพราะมนุษย์จำเป็นต้องใช้การติดต่อสื่อสารสำหรับให้ข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด และถ่ายทอดประสบการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้มนุษย์เกิดความเข้าใจที่ตรงกันสามารถทำให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข (ทรงธรรม ธีระกุล, 2548) อีกทั้ง ในปัจจุบันซึ่งเป็นยุคที่มีเทคโนโลยีต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย หรือที่เรียกว่ายุคโลกาภิวัตน์ซึ่งสังคมเต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสาร เพราะการสื่อสารเกิดขึ้นได้อย่างไร้ข้อจำกัด ทุกสถานที่ทุกเวลาหรือเรียกได้ว่าเป็นการติดต่อสื่อสารกันอย่างไร้พรมแดน โดยเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นตัวช่วยในการสื่อสารแทนการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน เป็นต้น (วิภาวี เอี่ยมวรเมธ, 2550)

ทั้งนี้ เนื่องจากการสื่อสารมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ มนุษย์จึงมีการฝึกทักษะด้านการสื่อสารตั้งแต่ยังเด็กจนเป็นผู้ใหญ่ผ่านกระบวนการการศึกษา เริ่มตั้งแต่การฝึกฝนด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน รวมถึงการเพิ่มทักษะและความรู้ด้านต่าง ๆ จากสถานศึกษาตั้งแต่ระดับชั้นอนุบาลจนถึงระดับอุดมศึกษา ในปัจจุบันสถาบันในระดับอุดมศึกษาทั้งของรัฐและเอกชนเปิดสอนหลักสูตรด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ ได้แก่ หลักสูตรนิเทศศาสตร์ หลักสูตรวารสารศาสตร์ หลักสูตรด้านการสื่อสารมวลชน หลักสูตรด้านเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน หรือ หลักสูตรด้านวิทยาการสื่อสาร เป็นต้น (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2549) แม้แต่ละสถาบันจะตั้งชื่อหลักสูตรที่แตกต่างกันออกไป หรือรวมให้อยู่ในกลุ่มสาขาวิชาทางมนุษยศาสตร์ แต่ในรายวิชาจะเกี่ยวข้องกับการสื่อสารทั้งสิ้น

สถานศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย เปิดให้มีการเรียนการสอนในหลักสูตรนิเทศศาสตร์ ตั้งแต่ระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก ทั้งในสถานศึกษาของรัฐและเอกชน โดยหลักสูตรนิเทศศาสตร์ระดับปริญญาตรีของแต่ละสถานศึกษาจะแบ่งหลักสูตรออกเป็นสาขาต่าง ๆ ได้แก่ สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์หรือวารสารศาสตร์ สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์

สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาการโฆษณา สาขาวิชาภาพยนตร์และภาพนิ่ง สาขาวิชาสื่อสารการแสดง สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร และสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ฯลฯ เป็นต้น (ลำเนา เอี่ยมสะอาด, 2549) เหตุผลที่สถานศึกษาแต่ละแห่งเพิ่มสาขาวิชาให้มีความหลากหลาย เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ที่สนใจเข้ารับการศึกษา รวมถึงเพื่อพัฒนาหลักสูตรให้ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งการพัฒนาหลักสูตรเป็นการรวบรวมหมวดวิชาที่สอดคล้องมาปรับปรุงร่วมกับจัดการการสื่อสารด้วยสื่อใหม่ ทำให้ผู้ศึกษาเข้าใจแนวคิดและทฤษฎีที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมด้วยมุมมองใหม่เกี่ยวกับสังคมไทยและปรากฏการณ์ของโลกมากขึ้น (พจน์ ใจชาญสุขกิจ, 2555) ดังนั้น หลักสูตรนิเทศศาสตร์ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรีจะเน้นในภาคทฤษฎีและปฏิบัติ เพื่อให้ผู้ที่จบไปสามารถนำความรู้ไปประกอบอาชีพในสายงานต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

ในส่วนของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ระดับปริญญาโท จะเน้นความรู้เฉพาะทางที่เฉพาะเจาะจงเพื่อนำไปใช้ในการทำงานมากขึ้น โดยหลักสูตรปริญญาโทจะมีความก้าวหน้ามากกว่าหลักสูตรปริญญาตรี ทำให้ผู้ที่จบการศึกษาในระดับปริญญาโทต้องมีความสามารถในการคิด วิเคราะห์ รวมถึงแก้ปัญหาที่ซับซ้อน อีกทั้งต้องมีความรู้ขั้นสูงในเชิงทฤษฎี สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในหัวข้อวิจัยและบูรณาการวิชาการกับการปฏิบัติงานวิชาชีพเข้าด้วยกัน (กิจมาโนชญ์ โรจนทรัพย์, 2556)

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เป็นมหาวิทยาลัยเอกชนที่เปิดให้มีการเรียนการสอนทางนิเทศศาสตร์ทั้งในระดับปริญญาตรีและระดับปริญญาโท โดยบัณฑิตวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยกรุงเทพได้เริ่มต้นให้มีการเรียนการสอนในหลักสูตร Master of Arts - Communication Arts เมื่อปี พ.ศ. 2528 ซึ่งเป็นหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (หลักสูตรภาษาอังกฤษ) และต่อมาในปี พ.ศ 2534 ได้ขยายโครงการโดยเพิ่มหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (หลักสูตรภาษาไทย) ขึ้นมาเพื่อสร้างความต่อเนื่องให้กับกับหลักสูตรนิเทศศาสตร์ของระดับปริญญาตรีที่ได้เปิดสอนอยู่แล้ว ในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มีการแบ่งสาขาวิชาเป็น 4 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาโฆษณา สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยหลักสูตรจะเน้นการวิเคราะห์และการวางแผนการสื่อสาร รวมถึงการศึกษาค้นคว้าเทคนิคและเทคโนโลยีทางการสื่อสารเพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหาเฉพาะกรณี อีกทั้งยังเน้นให้ผู้เรียนมีความพร้อมต่อสภาพการแข่งขันในการทำงานในสังคมปัจจุบัน (คู่มือการสมัครเรียนของมหาวิทยาลัยกรุงเทพระหว่างปี 1992-1993, 2536)

ในปี พ.ศ. 2550 มหาวิทยาลัยกรุงเทพได้เปิดหลักสูตรการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิตขึ้น เพราะในปัจจุบันธุรกิจบันเทิงมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ด้วยอิทธิพลของสื่อสมัยใหม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงความบันเทิงได้หลายช่องทางทุกสถานที่ทุกเวลา ผู้ประกอบการด้านธุรกิจบันเทิงจึงจำเป็นต้องมีความรู้ในการบริหารจัดการสื่อ การบริหารจัดการข้อมูล เนื้อหา และเทคโนโลยีควบคู่กันไปด้วย ดังนั้น หลักสูตรการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิตจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเน้นการผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการบริหารจัดการมารองรับการแข่งขันทางด้านธุรกิจบันเทิง

และการผลิตอย่างมืออาชีพ รวมถึงฝึกให้ผู้เรียนมีความรู้ควบคู่ไปกับคุณธรรมจริยธรรม และมีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งหลักสูตรมุ่งหวังให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปบริหารธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จ (คู่มือการสมัครเรียนของมหาวิทยาลัยกรุงเทพระหว่างปี 2011 - 2012, 2555)

ทั้งนี้ เนื่องจากการเติบโตของธุรกิจด้านการสื่อสาร รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสื่อและวัฒนธรรม ทำให้องค์กรต่าง ๆ เริ่มให้ความสำคัญกับการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อสร้างเอกลักษณ์ขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน รวมถึงบริหารสาระและสื่อให้เข้าถึงประชาชนอย่างคุ้มค่า ในปี พ.ศ. 2553 ทางบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพจึงได้ปรับเปลี่ยนหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (หลักสูตรภาษาไทย) ที่จากเดิมแบ่งเป็น 4 สาขาวิชา ได้แก่ สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ สาขาวิชาโฆษณา สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคล ปรับรวมเป็นหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (หลักสูตรภาษาไทย) และเพื่อให้หลักสูตรที่เปิดสอนเข้ากับกระแสโลกาภิวัตน์ จึงคงหลักสูตรภาษาอังกฤษไว้ และปรับเป็นหลักสูตร Master of Communication Arts Program in Global Communication (หลักสูตรภาษาอังกฤษ) โดยเนื้อหาของทั้ง 2 หลักสูตร เน้นองค์ความรู้ทางทฤษฎีด้านการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และการวิจัยทางการสื่อสาร รวมถึงสอนให้ผู้เรียนมีจิตวิญญาณของผู้ประกอบการ มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีความคิดสร้างสรรค์ โดยหลักสูตรมุ่งผลิตผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารในระดับบริหารองค์กร เพื่อให้นำความรู้ไปสร้างองค์กรให้มีมูลค่าเพิ่ม สามารถตอบสนองความคาดหวังและทิศทางความเปลี่ยนแปลงของสังคมในระดับประเทศและระดับสากล (มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557) ซึ่งสรุปรายละเอียดได้ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1: ตารางสรุปหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 - พ.ศ. 2556

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต	ปีการศึกษา		
	พ.ศ. 2534 - พ.ศ.2549	พ.ศ. 2550 - พ.ศ. 2552	พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2556
Global Communication	✓	✓	✓
สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์	✓	✓	✗
สาขาวิชาการโฆษณา	✓	✓	✗

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 1.1 (ต่อ): ตารางสรุปหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 - 2556

หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต	ปีการศึกษา		
	พ.ศ. 2534 - พ.ศ.2549	พ.ศ. 2550 - พ.ศ. 2552	พ.ศ. 2553 - พ.ศ. 2556
สาขาวิชาการสื่อสารระหว่างบุคคล	✓	✓	✗
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน	✓	✓	✗
สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต	✗	✓	✓
สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์	✗	✗	✓

ที่มา: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2555). *คู่มือการสมัครเรียนของมหาวิทยาลัยกรุงเทพระหว่างปี 2011 - 2012*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ได้เปิดให้มีการเรียนการสอนในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ทั้งหมดจำนวน 3 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ หลักสูตรภาษาไทย หลักสูตร Master of Communication Arts Program in Global Communication หลักสูตรภาษาอังกฤษ และหลักสูตรการบริหารธุรกิจบันเทิงและการผลิต ซึ่งในการเรียนทั้ง 3 หลักสูตร มีเงื่อนไขในการจบการศึกษาคือ ได้แบ่งแบบแผนการศึกษาเป็น 2 แบบแผน ได้แก่ แผน ก. และแผน ข. โดยมีรายละเอียดดังนี้

แผน ก. เป็นการเลือกทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งต่างจากแผน ข. คือ ไม่เลือกทำวิทยานิพนธ์ แต่ใช้การสอบประมวลความรอบรู้และการค้นคว้าอิสระ อย่างไรก็ตามนักศึกษาที่เลือกแบบแผนใดแบบแผนหนึ่งจำเป็นต้องสะสมหน่วยกิตจากวิชาเรียนในหมวดต่าง ๆ ให้ครบ 39 หน่วยกิต โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2: ตารางสรุปเงื่อนไขการจบการศึกษาของนักศึกษาในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพทั้งแผน ก. และแผน ข.

แผน ก.		แผน ข.	
หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน	ไม่นับหน่วยกิต	หมวดวิชาเสริมพื้นฐาน	ไม่นับหน่วยกิต
หมวดวิชาบังคับ	15 หน่วยกิต	หมวดวิชาบังคับ	15 หน่วยกิต
วิทยานิพนธ์	12 หน่วยกิต	หมวดวิชาเลือก	9 หน่วยกิต
รวม	39 หน่วยกิต	การค้นคว้าอิสระ	3 หน่วยกิต
		การสอบประมวลความรู้	ไม่นับหน่วยกิต
		รวม	39 หน่วยกิต

ที่มา: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2555). *คู่มือการสมัครเรียนของมหาวิทยาลัยกรุงเทพระหว่างปี 2011 - 2012*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

จากตารางที่ 1.2 สามารถสรุปได้ว่า การทำวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต เป็นการประมวลความรู้ที่ได้จากการเรียนทั้งหมด เพื่อนำไปสร้างเป็นรายงานทางวิชาการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือต่อยอดเป็นงานวิจัยในระดับสูงได้ ดังนั้น บัณฑิตของสาขาวิชานิเทศ-ศาสตร์จำนวนมากจึงเลือกศึกษาค้นคว้าวิจัยในรูปแบบของวิทยานิพนธ์ โดยแต่ละคนจะเลือกหัวข้อที่สนใจหรือมีความถนัด ซึ่งจะเป็นหัวข้อที่แตกต่างกันออกไปแต่อยู่ภายใต้ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารหรือประเด็นทางนิเทศศาสตร์

จากการสำรวจของผู้วิจัยพบว่า วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มีผู้เริ่มทำตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556 มีจำนวนทั้งหมด 84 เรื่อง วิทยานิพนธ์แต่ละเล่มศึกษาในประเด็นที่แตกต่างกันออกไป และผู้วิจัยได้แบ่งหัวเรื่องโดยจัดเป็นประเภทของการสื่อสาร ได้แก่ การสื่อสารส่วนบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารองค์กร และการสื่อสารมวลชน ซึ่งสามารถสรุปเป็นรายละเอียดได้ดังตารางที่ 1.3

ตารางที่ 1.3: ตารางสรุปหัวเรื่องวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ใช้สำหรับสังเคราะห์งานวิจัยตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556

วิทยานิพนธ์ที่ศึกษา	หัวเรื่อง
การสื่อสารภายในบุคคล	1
การสื่อสารระหว่างบุคคล	7
การสื่อสารกลุ่ม	3
การสื่อสารองค์กร	7
การสื่อสารมวลชน	66
รวม	84

ที่มา: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2555). *รวมงานวิชาการ*. สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/.

จากตารางที่ 1.3 พบว่า วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ส่วนใหญ่ศึกษาในประเด็นของการสื่อสารมวลชน ซึ่งแตกต่างที่ตัวแปรหรือวิธีวิจัยที่ศึกษา ทั้งนี้มีวิทยานิพนธ์เพียงเล่มเดียวที่ทำการสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในการสื่อสาร (ญาณิศร สมศิริ, 2555) แต่ยังไม่มีงานวิจัยที่สังเคราะห์วิทยานิพนธ์ที่ผ่านมาของสาขาวิชานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยในประเด็นนี้

การสังเคราะห์งานวิจัยที่กล่าวข้างต้น คือ การนำงานวิจัยที่มีอยู่มาหาข้อสรุปให้เป็นองค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัยหลาย ๆ เรื่องที่ศึกษาปัญหาวิจัยเดียวกัน เป็นการหาข้อเท็จจริงเพื่อใช้ตอบปัญหาทั้งหมด โดยการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในเรื่องเดียวกันหลายเรื่อง มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ ให้ได้เป็นข้อสรุปของผลการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องสังเคราะห์ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2552) อย่างไรก็ตาม การสังเคราะห์งานวิจัยในปัจจุบันมีวิธีหลากหลาย ในการนี้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมาน เพราะเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีทางสถิติ เพื่อให้ได้ผลที่กว้างขวางและลุ่มลึกกว่างานวิจัยทั่วไป โดยข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์จะแบ่งเป็นสองส่วน ซึ่งส่วนแรกคือผลการวิจัยในรูปของดัชนีมาตรฐาน ได้แก่ ดัชนีมาตรฐานและ ดัชนีสหสัมพันธ์ ส่วนที่สองคือข้อมูลด้านคุณลักษณะงานวิจัย (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) และถึงแม้วิธีการวิเคราะห์อภิมานจะมีหลายวิธี แต่ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีวิเคราะห์อภิมานในแบบของกล้าส, แม็กเกว และสมิท (Glass, McGaw & Smith, 1981) ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับการเผยแพร่มากที่สุด และมีสูตรในการวิเคราะห์ที่ชัดเจน

ดังนั้น ผู้วิจัยสนใจทำการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ของสาขาวิชานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยวิธีวิเคราะห์อภิมาน ซึ่งเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยเพื่อหาข้อสรุปอย่างเป็นระบบจากงานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 - 2556 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 84 เล่ม โดยแบ่งเป็นงานที่เข้าเกณฑ์ในการสังเคราะห์ คือเป็นวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 46 เล่ม นอกนั้นเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 25 เล่ม งานวิจัยเชิงผสมทั้งปริมาณและคุณภาพ จำนวน 11 เล่ม และงานวิจัยเชิงทดลอง จำนวน 2 เล่ม ซึ่งไม่เข้าเกณฑ์ในการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์

อย่างไรก็ตามการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้เพื่อเป็นการหาข้อสรุปจากงานวิทยานิพนธ์ที่เข้าเกณฑ์ทั้งหมดและทำให้ทราบถึงคุณภาพของวิทยานิพนธ์ที่เข้าเกณฑ์ทั้งหมดที่ทำการสังเคราะห์ว่าเป็นอย่างไร เพื่อนำผลที่ได้เป็นแนวทางสำหรับพัฒนาคุณภาพวิทยานิพนธ์ในอนาคต และเพื่อศึกษาหัวข้อหรือประเด็นต่าง ๆ ของวิทยานิพนธ์ที่บัณฑิตสนใจว่าเป็นอย่างไร มีประเด็นใดบ้างที่เหล่าบัณฑิตให้ความสนใจและมีหัวข้อหรือประเด็นใดที่ยังไม่มีบัณฑิตทำการศึกษา ผลที่ได้จะเป็นประโยชน์กับเหล่าบัณฑิตรุ่นใหม่ที่ใช้เป็นแนวทางในการค้นหาหัวข้อหรือประเด็นที่สนใจเพื่อทำเป็นวิทยานิพนธ์ได้ในอนาคตได้ง่ายยิ่งขึ้น

1.2 ปัญหานำวิจัย

มหาวิทยาลัยกรุงเทพได้เปิดสอนหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 ซึ่งเป็นสาขาที่ได้รับความสนใจเข้าศึกษาต่ออย่างสูง ทั้งนี้ นักศึกษาทุกคนที่เลือกเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มีความจำเป็นต้องศึกษาค้นคว้างานวิจัยในรูปแบบวิทยานิพนธ์หรือการค้นคว้าอิสระ ซึ่งเป็นเงื่อนไขหนึ่งที่จะสำเร็จการศึกษา ซึ่งการทำวิทยานิพนธ์จึงเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 จนถึงปัจจุบัน และได้มีบัณฑิตจำนวนมากที่เลือกทำวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตภายใต้ประเด็นทางการสื่อสารต่าง ๆ ที่แต่ละบุคคลสนใจ

จากการศึกษาหัวข้อของวิทยานิพนธ์ทั้งหมดทำให้ทราบว่า วิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ยังไม่มีผู้สนใจที่จะสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ที่เหล่าบัณฑิตได้ผลิตผลงานออกมา ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาถึงการนำวิธีการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมานเข้ามาใช้รวบรวมงานวิจัย เพื่อหาข้อสรุปจากงานวิจัยให้ชัดเจน และสามารถประเมินให้เห็นคุณภาพต่าง ๆ ของงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ โดยมีตัวอย่างงานวิจัยที่มีลักษณะคล้ายกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาอีกจำนวนมาก ได้แก่ งานวิจัยในเรื่องการสังเคราะห์งานวิจัยด้านสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาในระหว่างปี พ.ศ. 2537 – 2546 โดยวิธีการวิเคราะห์อภิมาน (บังอร เทพเทียน, 2548) หรือการวิเคราะห์อภิมานงานวิจัยเกี่ยวข้องกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในงานสื่อสาร (ญาณิศร สมศิริ, 2555) นอกจากนี้ยังมี

งานวิจัยในรูปแบบสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นประโยชน์กับงานของผู้วิจัย ได้แก่ การสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ปีการศึกษา 2547-2550: การวิเคราะห์อภิมาน (อานุภาพ ธงภักดี, 2552) หรือ งานวิจัยเรื่องการสังเคราะห์วิธีวิทยาการวิจัยในวิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (จิรพรรณ บุญสูง, 2545) เป็นต้น

ดังนั้น จากการสำรวจเอกสารเบื้องต้นทั้งหมด ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยวิธีวิเคราะห์อภิมาน เพื่อศึกษาคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ในแต่ละงาน เพื่อศึกษาถึงประเด็นหรือหัวข้อวิทยานิพนธ์ที่เหล่าบัณฑิตให้ความสนใจ และศึกษาแนวทางการทำวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556 ทั้งนี้ ผลการสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์จะทำให้ได้ข้อสรุปจากงานวิทยานิพนธ์ที่ขัดแย้งกันได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์อภิมานเพื่อสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556 โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะดังนี้

1.3.1 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556

1.3.2 เพื่อประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556

1.3.3 เพื่อศึกษาถึงค่าดัชนีมาตรฐานของงานวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556

1.3.4 เพื่ออธิบายความแปรปรวนของผลวิจัยด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556

1.4 คำถามของงานวิจัย

1.4.1 คุณลักษณะงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556 มีลักษณะอย่างไร

1.4.2 คุณภาพงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556 มีลักษณะอย่างไร

1.4.3 ค่าดัชนีมาตรฐานของงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556 เป็นอย่างไร

1.4.4 คุณลักษณะงานวิจัยแบบใดที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของค่าดัชนีมาตรฐานงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556

1.5 ขอบเขตของงานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556 ด้วยวิธี “การวิเคราะห์อภิมาน (Meta-Analysis)” โดยศึกษาการประเมินคุณภาพและประเมินคุณลักษณะจากงานวิทยานิพนธ์ ที่เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและเป็นภาษาไทยเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยจะรวบรวมงานวิทยานิพนธ์ทั้งหมดจากฐานข้อมูลที่ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และฐานข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ได้แก่ Thai Digital Collection ที่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลและเอกสารฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์สาขาวิชานิเทศศาสตร์ทั้งหมด

ดัชนีมาตรฐานของงานวิจัย ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ เนื่องจากงานวิทยานิพนธ์ของสาขาวิชานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เป็นงานวิจัยที่ศึกษาหาความสัมพันธ์มากที่สุด เพื่อให้สะดวกต่อการวิเคราะห์อภิมานจึงเลือกปรับผลจากงานวิจัยให้เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบงานวิจัย

ตัวแปรที่จะศึกษา ประกอบไปด้วย

1) ตัวแปรอิสระได้แก่ ตัวแปรคุณลักษณะของงานวิทยานิพนธ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ตัวแปรจัดประเภท และตัวแปรต่อเนื่อง

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ค่าดัชนีมาตรฐาน ซึ่งได้จากการคำนวณค่าทางสถิติของวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1) วิทยานิพนธ์ในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คือ วิทยานิพนธ์ที่ใช้ในการประเมินในครั้งนี้ ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบที่ครบตามเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นคือเป็นวิทยานิพนธ์ในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556 ที่เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณและเป็นภาษาไทยเท่านั้น ซึ่งมีจำนวนที่เข้าเกณฑ์ที่กำหนดจำนวน 46 เล่ม จากวิทยานิพนธ์ทั้งหมด 84 เล่ม

2) งานวิจัยเชิงปริมาณ คือ งานวิจัยที่ศึกษาข้อมูลที่เป็นตัวเลข สามารถวัดได้โดยใช้วิธีการทางสถิติเพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลวิจัยที่ได้สามารถยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบและข้อสรุปต่าง ๆ งานวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้ในการวิเคราะห์อภิมานในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่เป็นงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ ที่ให้ค่าสถิติเพียงพอต่อการนำไปประมาณค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย

1) ทำให้ผู้อ่านงานวิจัยชิ้นนี้เกิดการเรียนรู้วิธีการของการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการวิเคราะห์อภิมานภายในงานทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร

2) ทำให้ทราบว่ามีหัวข้อหรือประเด็นทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารประเด็นใดในอดีตที่ได้รับความสนใจในการศึกษาค้นคว้าเป็นงานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ และเพื่อช่วยให้สามารถทราบแนวโน้มของหัวข้อและประเด็นที่จะได้รับความสนใจในการทำวิทยานิพนธ์ในอนาคต ว่ามีหัวข้อไหนที่ควรให้ความสนใจเพิ่มเติมจากวิทยานิพนธ์ที่มีอยู่

3) ทำให้ได้ข้อสรุปใหม่จากผลการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลให้วิทยานิพนธ์มีคุณภาพ ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปปรับปรุง และพัฒนารูปแบบของการทำงานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์ให้มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น

4) ข้อค้นพบที่ได้จากการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ด้วยวิธีการวิเคราะห์อภิมานในครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นข้อมูลเพื่อใช้พัฒนาเนื้อหาของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ให้ตอบรับกับยุคสมัยที่มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและรูปแบบทางการการสื่อสารในยุคปัจจุบันเพิ่มขึ้น

5) ข้อสรุปทั้งหมดจากงานวิจัยยังเป็นประโยชน์สำหรับผู้วิจัยท่านอื่น ๆ ที่ต้องการข้อมูลเพื่อนำไปใช้อ้างอิงกับงานวิทยานิพนธ์ครั้งต่อไป ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อแนวทางในการทำวิจัยต่อไปโดยเฉพาะในเรื่องทิศทางและประเด็นที่ต้องศึกษาเพิ่มเติมในงานทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร

บทที่ 2
ทบทวนทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการประมวลความรู้และการสังเคราะห์ โดยใช้รายละเอียดข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์อภิมาน

2.4 การสำรวจเอกสารงานวิจัย

2.5 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร

ในการศึกษาแนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 4 ตอนหลัก ได้แก่ 1) ความหมายของนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร 2) กระบวนการสื่อสารและแบบจำลองการสื่อสาร 6 แบบ 3) ประเภทของการสื่อสาร โดยได้แบ่งประเภทของการสื่อสารออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารองค์กร และการสื่อสารมวลชน และ 4) แนวคิดแนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารอื่น ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 ความหมายของการสื่อสารและนิเทศศาสตร์

การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับมนุษย์เพื่อใช้ในการดำรงชีวิตอยู่ของสังคม (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) มนุษย์ใช้เวลาเกือบทั้งหมดในแต่ละวันไปกับการสื่อสาร ซึ่งจากการศึกษาพบว่าเวลาประมาณร้อยละ 75 ของแต่ละวัน การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้มากกว่ากิจกรรมอื่น ๆ เนื่องจากมนุษย์จำเป็นต้องใช้การสื่อสารเพื่อพูดคุยและรับฟังบุคคลรอบข้าง รวมถึงเพื่อมีส่วนร่วมในสังคมและใช้ในการดำรงชีวิต (สุรัตน์ ตรีสุกล, 2549) ดังนั้น กิจกรรมการสื่อสารของมนุษย์จึงได้รับความสนใจศึกษาจากนักวิชาการหลายด้าน ทั้งด้านศิลปะ ปรัชญา การเมือง วิทยาศาสตร์ รวมถึงนักนิเทศศาสตร์ด้วยเช่นกัน ได้มีการศึกษาค้นคว้าทฤษฎีต่าง ๆ ที่นำไปสู่การทำวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสาร (ปดิวรัดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา, 2547) ทั้งนี้ ทฤษฎีการสื่อสารและการวิจัยของนักวิจัยช่วยทำให้บุคคลที่ต้องการศึกษาในศาสตร์ของการสื่อสาร ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารของมนุษย์ได้มากขึ้น และเป็นพื้นฐานสำคัญที่ทำให้เกิดวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ในฐานะที่เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งอีกด้วย

คำว่า นิเทศศาสตร์ (Communication Arts) หมายถึง ศาสตร์แห่งการสื่อสาร ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่ได้รับการบัญญัติในทางวิชาการในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2511 โดยพลตรีพระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ได้ทรงให้ความหมายว่า นิเทศศาสตร์เป็นวิชาการสื่อสารไปยังมวลชนโดยทางใดก็ตาม ไม่จำเพาะทางหนังสือพิมพ์ เช่น การสื่อสารทางการละครก็ถือว่าเป็นนิเทศศาสตร์ ทางวิทยุและโทรทัศน์ก็เป็นนิเทศศาสตร์ การสื่อสารมวลชนทางอื่นนอกจากทางหนังสือพิมพ์ เช่น ทางวิทยุ ทางโทรทัศน์ ก็เข้าอยู่ในนิเทศศาสตร์ (ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์, 2548) ต่อมาในปี พ.ศ. 2542 พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน ได้กำหนดความหมายของนิเทศศาสตร์ว่า หมายถึง วิชาว่าด้วยการสื่อสารมวลชนและการประชาสัมพันธ์ (มานิต มานิตเจริญ, 2547)

จากที่กล่าวไปในข้างต้นทำให้สามารถอธิบายความหมายโดยรวมของ นิเทศศาสตร์ได้ว่าเป็นการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นกิจจะลักษณะ และเป็นกระบวนการสื่อสารทุกรูปแบบตั้งแต่การสื่อสารแบบเล็ก ๆ ไปจนถึงการสื่อสารแบบวงกว้าง (ปดิวรัดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา, 2547) ได้แก่ การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคล การสื่อสารองค์กร การสื่อสารระหว่างประเทศ รวมไปถึงการสื่อสารมวลชน เป็นต้น

นอกจากนั้น การศึกษาแนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์รวมไปถึงการสื่อสารนี้ ทำให้มีการจำแนกประเภทการสื่อสารมากขึ้น รวมไปถึงสามารถนำไปเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารและทฤษฎีจากสาขาวิชาต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดเป็นความรู้ใหม่ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าการสื่อสารที่เกิดขึ้นเป็นเช่นไร มีผลอย่างไร และเนื่องจากการสื่อสารแต่ละประเภท รวมไปถึงรูปแบบการสื่อสารที่แตกต่างกันจะให้ผลลัพธ์ทางการสื่อสารที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ที่ศึกษาจำเป็นที่จะต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับแต่ละประเภทของการสื่อสารและรูปแบบการสื่อสารเป็นอย่างมาก เนื่องจากการที่จะศึกษาแนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารที่มีขอบเขตกว้าง เพราะการสื่อสารแต่ละประเภทสามารถจำแนกเป็นประเด็นการสื่อสารหรือทฤษฎีต่าง ๆ ได้มากมาย การศึกษาทางนิเทศศาสตร์จึงครอบคลุมตั้งแต่เรื่องวารสารศาสตร์ การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ การแสดงละคร การพูด การเผยแพร่ข่าวสาร และอื่น ๆ เป็นต้น ซึ่งในเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้จะเรียกว่าเป็น การสื่อสารมวลชน

เมื่อวิชาการด้านการสื่อสารมวลชนขยายกว้างขึ้นจึงเกิดคำใหม่คือ Mass Communication (การสื่อสารมวลชน) เพื่อให้ครอบคลุมการสื่อสารมวลชนทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ การกระจายเสียงวิทยุและโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และอื่น ๆ เป็นต้น แต่ถ้าเปรียบเทียบคำว่า นิเทศศาสตร์ กับ การสื่อสารมวลชนแล้ว จะเห็นว่าการสื่อสารมวลชนเป็นเพียงส่วนหนึ่งของสาขาของนิเทศศาสตร์เท่านั้น และความหมายโดยรวมของการสื่อสารมวลชน จึงหมายถึงการสื่อสารไปยังกลุ่มคนจำนวนมากในเวลาใกล้เคียงกัน โดยอาศัยสื่อมวลชนในการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2546)

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารของมนุษย์นั้นยังมีรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากการสื่อสารมวลชน ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างกลุ่ม และการสื่อสารระหว่างองค์กร เป็นต้น

การที่มนุษย์รู้จักคุ้นเคยกับการติดต่อสื่อสารมาเป็นระยะเวลานาน การสื่อสารจึงเป็นพฤติกรรมที่สำคัญของมนุษย์ควบคู่กับพฤติกรรมอื่น ๆ และเป็นสิ่งจำเป็นที่ใช้ในการดำรงชีวิต เพื่อตอบสนองความต้องการ อย่างไรก็ตาม บทบาทที่สำคัญของการสื่อสารอีกประการหนึ่ง คือการสืบทอดวัฒนธรรม และถ่ายทอดความรู้ที่ควรปฏิบัติ เช่น ความรู้ในการปรับตัวให้เข้ากับธรรมชาติ ตลอดจนถ่ายทอดมรดกทางสังคมไปสู่รุ่นต่อรุ่น ดังนั้น การสื่อสารจะช่วยทำให้มนุษย์สามารถพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ รวมถึงทำให้มนุษย์สามารถอยู่รอดต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ อีกทั้งการสื่อสารยังคงมีความสำคัญต่อมนุษย์ทุกคน เพราะการที่มนุษย์สื่อสารกันอย่างเข้าใจ สามารถทำให้คนอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539) จึงสามารถสรุปได้ว่า การติดต่อสื่อสารกันของมนุษย์เป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคคล สังคม และองค์กรต่าง ๆ เพราะการสื่อสารทำให้คนเข้าใจซึ่งกันและกัน และสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข ซึ่งในปัจจุบันได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อทำให้การสื่อสารเป็นไปได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

เนื่องจากการสื่อสารมีความสำคัญต่อบุคคลในสังคม ทำให้มีการแบ่งจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่แตกต่างกัน เช่น เพื่อบอกกล่าวให้ความรู้ ให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ความบันเทิง เพื่อโน้มน้าวใจหรือชักจูงใจ และเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งเมื่อมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่ชัดเจนยิ่งทำให้การสื่อสารของบุคคลต่าง ๆ สามารถเข้าใจตรงกันได้ยิ่งขึ้นไปทำให้เกิดประสิทธิภาพของการสื่อสารมากขึ้น

สรุปได้ว่าการสื่อสารเป็นกระบวนการที่ผู้ส่งสารใช้การชักจูงใจในแบบต่าง ๆ โดยการพูด การเขียน หรือที่เรียกว่า วัจนภาษา รวมไปถึงการใช้พฤติกรรมการแสดงออกต่าง ๆ ที่เรียกว่า อวัจนภาษา ในการสื่อความหมายหรือถ่ายทอดความรู้ ความคิด และประสบการณ์ต่าง ๆ ให้ผู้รับสารได้เข้าใจร่วมกันกับผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ เป็นต้น

ลักษณะของการสื่อสาร คือ การแสวงหาวิธีการชักจูงใจที่พึงมีทุกรูปแบบ รวมถึงกระบวนการทุกอย่างไม่ใช่เพียงการพูดและการเขียนเท่านั้น แต่รวมถึง ดนตรี ภาพ การแสดง และพฤติกรรมอื่น ๆ ของมนุษย์ และยังเป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง (Aristotle, 1946 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546) ดังนั้น การสื่อสารจึงครอบคลุมพฤติกรรมที่ไม่ใช่ภาษาพูดและเขียน แต่รวมไปถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ที่สามารถสื่อความหมายได้ว่าเป็นการสื่อสารทั้งหมด ซึ่งสรุปได้ว่า การสื่อสาร เป็นกระบวนการของการถ่ายทอดสาร จากบุคคลหนึ่งที่เรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลหนึ่งที่เรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) ผ่านสื่อ (Channel)

2.1.2 กระบวนการสื่อสารและแบบจำลองการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการ เนื่องจากการสื่อสารมีลักษณะของการเคลื่อนไหว ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และองค์ประกอบของการสื่อสารมีความเกี่ยวข้องและมีผลกระทบซึ่งกันและกันหรือที่เรียกว่า แบบจำลองทางการสื่อสาร ซึ่งแบบจำลองเหล่านี้ สามารถอธิบายถึงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารได้ แต่ไม่สามารถอธิบายความเคลื่อนไหวของกระบวนการได้ นักวิชาการที่เป็นนักนิเทศศาสตร์และที่ไม่ใช่นักนิเทศศาสตร์ ได้นำเสนอแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ไว้มากมาย แต่ที่อ้างถึงเสมอ มี 6 แบบ ดังนี้

แบบจำลองของอริสโตเติล (The Aristotelian Model) เป็นแบบจำลองที่ได้วิเคราะห์ถึงกระบวนการพูดเพื่อชักจูงใจ โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ผู้พูด (Speaker) คำพูด (Speech) และ ผู้ฟัง (Audience) โดยมีแบบจำลองดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1: แบบจำลองของอริสโตเติล (The Aristotelian Model)

ที่มา: ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

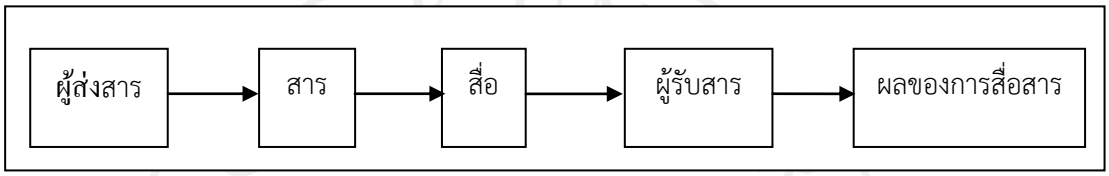
แบบจำลองของอริสโตเติล เป็นแบบจำลองกระบวนการการพูดเพื่อชักจูงใจ โดยการพูดจะมีประสิทธิผลมากเพียงใดขึ้นอยู่กับบุคลิกของผู้พูดว่ามีความรู้และมีความน่าเชื่อถือเพียงใด ในขณะที่คำพูดมีความสำคัญ คือ เนื้อหาสาระของคำพูดและวิธีการพูด มีผลต่อการจูงใจ และในส่วนของผู้ฟัง จะได้รับผลหรือไม่ อยู่ที่อารมณ์ของผู้ฟังในขณะนั้น ซึ่งแบบจำลองนี้ถือเป็นแบบจำลองคลาสสิคที่แบบจำลองอื่น ๆ ยึดถือเป็นแบบ และปรับเปลี่ยนไปตามแต่ละบุคคล (ปรมะ สตะเวทิน, 2546)

แบบจำลองของลาสเวลล์ (The Lasswell Model) สร้างขึ้นระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อปี ค.ศ.1948 โดยดูจากการใช้สื่อเพื่อการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) เป็นแบบจำลองการสื่อสารที่อธิบายกระบวนการสื่อสารการในเชิงพฤติกรรม และศึกษาปฏิกิริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้และผลอันเกิดจากการกระทำการสื่อสาร ซึ่งสิ่งที่ลาสเวลล์ (Lasswell, 1948) ได้นำเสนอถึงวิธีการวิเคราะห์การสื่อสารจากการตั้งคำถามประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้ (มนัสสินี บุญทำดี, 2547)

ใคร	(Who)	ผู้ส่งสาร
พูดอะไร	(Says What)	สาร หรือ ข่าวสาร
ผ่านสื่อใด	(In Which Channel)	ช่องทางที่นำหรือพาสารนั้นไปสู่ผู้รับ
กับใคร	(To Whom)	ผู้รับสารหรือจุดหมายปลายทางนั่นเอง
เกิดผลอย่างไร	(With What Effect?)	ปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)

โดยสามารถนำมาเขียนเป็นแผนภาพได้ดังภาพที่ 2.2

ภาพที่ 2.2: แบบจำลองของลาสเวลล์ (The Lasswell Model)

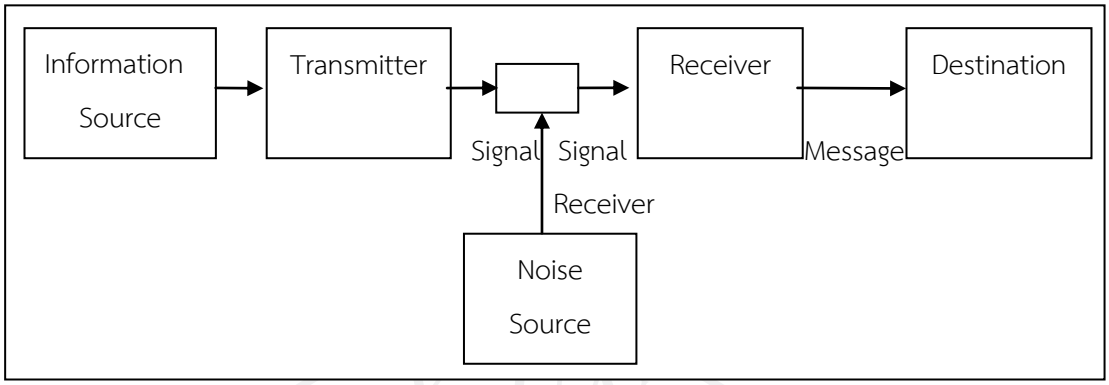


ที่มา: มนัสสินี บุญทำดี. (2547). *การสื่อสารเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

แบบจำลองดังกล่าวสามารถอธิบายกระบวนการสื่อสารแบบง่าย ๆ ซึ่งความจริงแล้วการสื่อสารของมนุษย์มีความสลับซับซ้อนมากกว่านี้ และการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ เป็นตัวกำหนด เช่น สภาวะแวดล้อมทางสังคม หรือจุดมุ่งหมายในการสื่อสาร เป็นต้น โดยแบบจำลองของลาสเวลล์จะเน้นการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน ผู้สื่อสารปรากฏตัวขณะทำการสื่อสาร และเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไปยังผู้รับสารต้องมีจุดมุ่งหมาย โดยคาดว่าต้องเกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง อย่างไรก็ตามแบบจำลองของลาสเวลล์มองข้ามสิ่งสำคัญคือปฏิกิริยาการตอบกลับ (กิดานันท์ มลิทอง, 2548)

แบบจำลองของแชนนอนและวีเวอร์ (The Shannon and Weaver Model) พัฒนาขึ้นเพื่อตอบคำถามว่าช่องทางการสื่อสารประเภทใด สามารถส่งผ่านสัญญาณถึงผู้รับได้มากที่สุด และสัญญาณดังกล่าวถูกรบกวนมากน้อยเพียงใด ซึ่งตามความคิดของ แชนนอนและวีเวอร์ นั้นการสื่อสารจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ องค์ประกอบ 6 ประการ คือ ผู้พูด (Information Source) เครื่องส่ง (Transmitter) สัญญาณ (Signal) เครื่องรับ (Receiver) ผู้ฟัง (Destination) และเสียงรบกวน (Noise Source) (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) โดยแบบจำลองแสดงกระบวนการการสื่อสารของแชนนอนและวีเวอร์ มีลักษณะดังภาพที่ 2.3

ภาพที่ 2.3: แบบจำลองของแชนนอนและวีเวอร์ (The Shannon and Weaver Mode)



ที่มา: ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

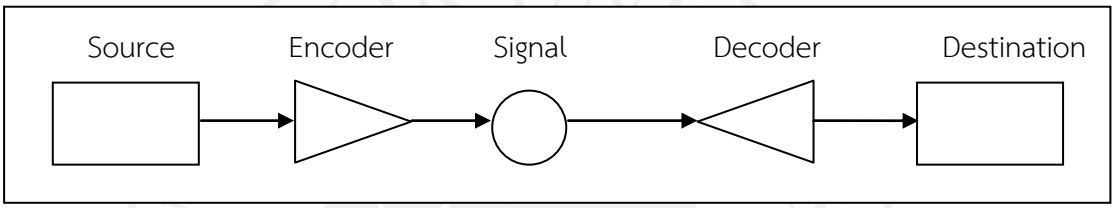
จากองค์ประกอบและแบบจำลองของแชนนอนและวีเวอร์นั้น สามารถนำมาอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ได้ กล่าวคือ ผู้ผลิตข่าวสาร (Information Source) คือ ผู้ส่งสารส่งข่าวสารในรูปของสัญญาณ (Signal) ผ่านเครื่องส่งสาร (Transmitter) คือ ผู้ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารผ่านช่องทางการสื่อสาร (Channel) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) คือผู้ทำหน้าที่รับสารแล้วส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้ฟัง (Destination) คือผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร ส่วนเสียงรบกวน (Noise Source) นั้นหมายความถึงสิ่งรบกวนที่สอดแทรกหรือแข่งขันกับการสื่อสารนั้น (Competing Stimuli) ทำให้การสื่อสารนั้นขาดความชัดเจน และด้อยประสิทธิผล สิ่งรบกวนการสื่อสารแบ่งได้ 2 ประเภท ประเภทแรก คือ สิ่งรบกวนทางกายภาพ (Physical Noise) หมายถึงสิ่งรบกวนซึ่งเกิดขึ้นภายนอกตัวบุคคล เช่น เสียงรถยนต์ เสียงดนตรี เสียงโทรทัศน์ เป็นต้น สิ่งรบกวนอีกประเภทหนึ่งเรียกว่าสิ่งรบกวนทางใจ (Psychological Noise) หมายถึง ความคิด สภาพจิตใจและอารมณ์ ของบุคคลผู้ทำการสื่อสาร เช่น อารมณ์ไม่ดี หงุดหงิด ความวิตกกังวล ใจลอย คิดถึงสิ่งอื่น ในขณะที่ทำการสื่อสาร เป็นต้น (มนัสสินี บุญทำดี, 2547)

อย่างไรก็ตาม แบบจำลองการสื่อสารของแชนนอนและวีเวอร์ สามารถประยุกต์ใช้กับสารสื่อสารส่วนบุคคลได้ โดยผู้ส่งสารเป็นทั้งผู้ผลิตสาร (Information Source) และเครื่องส่งสาร (Transmitter) ในขณะที่ผู้รับสารเป็นได้ทั้งเครื่องรับสาร (Receiver) และ ผู้รับสาร (Destination) ภายในบุคคลเดียวกัน (พงษ์ วิเศษสังข์, 2551)

แบบจำลองการสื่อสารของวิลเบอร์ ชแรมม์ (The Schramm Model) ได้อธิบายกระบวนการการสื่อสารไว้ในรูปแบบจำลอง 3 แบบด้วยกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

แบบจำลองที่ 1 อธิบายการสื่อสารเป็นกระบวนการเส้นตรง ประกอบด้วย แหล่งข่าวสาร (Source) เข้ารหัส (Encoder) สัญญาณ (Signal) ถอดรหัส (Decoder) และจุดหมายปลายทาง (Destination) แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการตอบสนองและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสาร (ธนวดี บุญลือ, 2529) โดยสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังภาพที่ 2.4

ภาพที่ 2.4: แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์แบบที่ 1 (The Schramm Model)

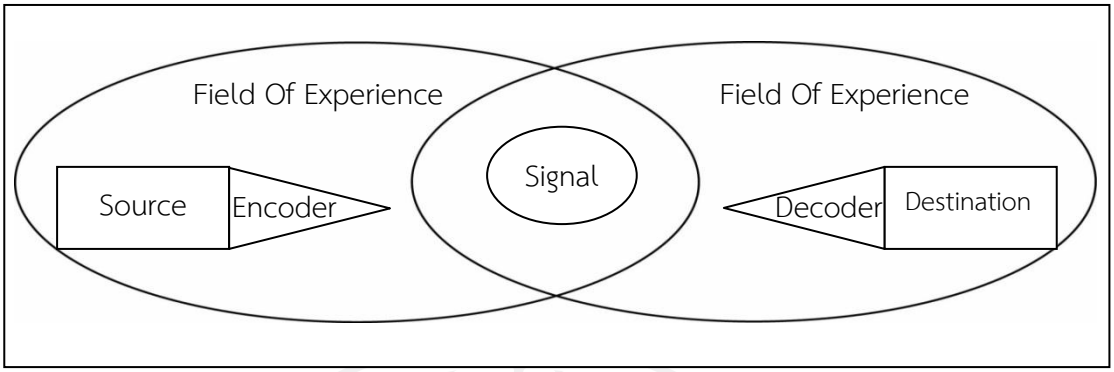


ที่มา: ธนวดี บุญลือ. (2529). *หลักการประชาสัมพันธ์ขั้นสูง.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ในรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ผู้ส่งสาร (Source) กับผู้เข้ารหัส (Encoder) สามารถรวมอยู่ในตัวคน ๆ เดียวกันได้ ในขณะเดียวกันผู้ถอดรหัส (Decoder) กับ ผู้รับสาร (Destination) ก็สามารถรวมอยู่ในตัวคนอีกคนหนึ่งได้เช่นกัน ส่วนสัญญาณ (Signal) นั้นก็คือ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2546)

แบบจำลองที่ 2 อธิบายกระบวนการสื่อสารที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีประสบการณ์บางอย่างร่วมกัน ทำการสื่อสารอยู่ภายใต้ขอบเขตประสบการณ์ของแต่ละฝ่าย ซึ่งความสำเร็จของการสื่อสารจึงขึ้นอยู่กับประสบการณ์ร่วมของผู้สื่อสาร ซึ่งสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังภาพที่ 2.5

ภาพที่ 2.5: แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์แบบที่ 2 (The Schramm Model)

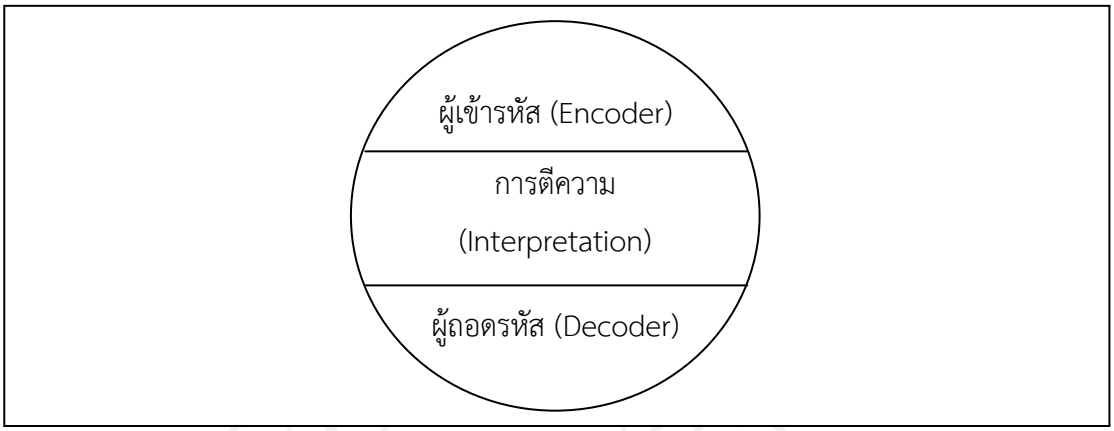


ที่มา: ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

จากแผนภาพสามารถอธิบายต่อไปว่าในการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คนนั้น ผู้ส่งสาร (Source) สามารถเข้ารหัส (Encoder) เพื่อทำการส่งสารได้เท่าที่ประสบการณ์ (Experience) ของตนเองพึงมีเท่านั้น ในทำนองเดียวกัน ผู้รับสาร (Destination) สามารถถอดรหัส (Decode) เพื่อทำความเข้าใจกับสารที่ได้รับเท่าที่ประสบการณ์ (Experience) ของตนเองมีอยู่เท่านั้นเช่นกัน ซึ่งวงรีสองวงที่ล้อมรอบผู้ส่งสารและผู้รับสาร แสดงถึง ขอบเขตของประสบการณ์ (Field of Experience) ของแต่ละฝ่าย หากทั้งสองฝ่ายมีขอบเขตของประสบการณ์ร่วมกัน (Common Field of Experience) การสื่อสารก็สะดวก ในทางตรงกันข้ามหากทั้งสองฝ่ายไม่มีขอบเขตของประสบการณ์ร่วมกันเลย การสื่อสารก็จะเกิดขึ้นไม่ได้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2546)

แบบจำลองที่ 3 อธิบายถึงกระบวนการการสื่อสารนั้น บุคคลจะเป็นทั้งผู้เข้ารหัส (Encoder) และผู้ถอดรหัส (Decoder) บุคคลสามารถทำได้ทั้งส่งสารและรับสาร นอกจากนั้นบุคคลยังทำหน้าที่เป็นผู้ตีความหมาย (Interpreter) ด้วย กล่าวคือ เมื่อเราถอดรหัส (Decoder) เราก็ตีความหมาย (Interpreter) แล้วเข้ารหัส (Encode) ต่อไป (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) โดยสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังภาพที่ 2.6

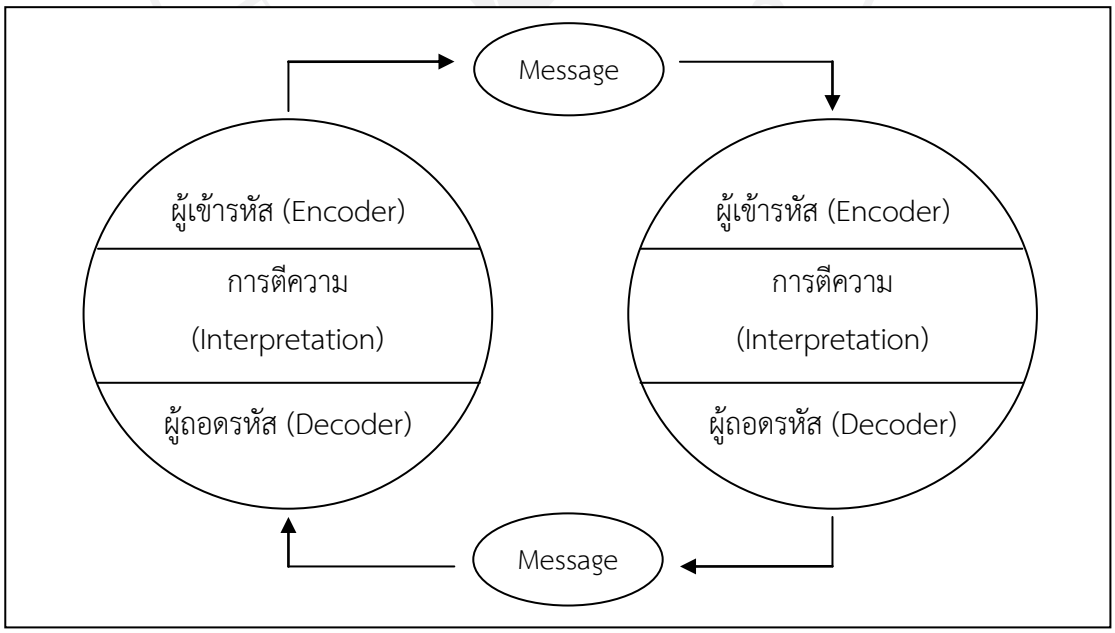
ภาพที่ 2.6: แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์แบบที่ 3 (The Schramm Model)



ที่มา: ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ต่อมา ชแรมม์ได้เพิ่มองค์ประกอบในกระบวนการการสื่อสารอีก 2 องค์ประกอบคือ การสื่อสารกลับ (Feedback) และ สื่อ (Channel) โดยแบบจำลองที่ 4 มีลักษณะดังภาพที่ 2.7

ภาพที่ 2.7: แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์แบบที่ 4 (The Schramm Mode)



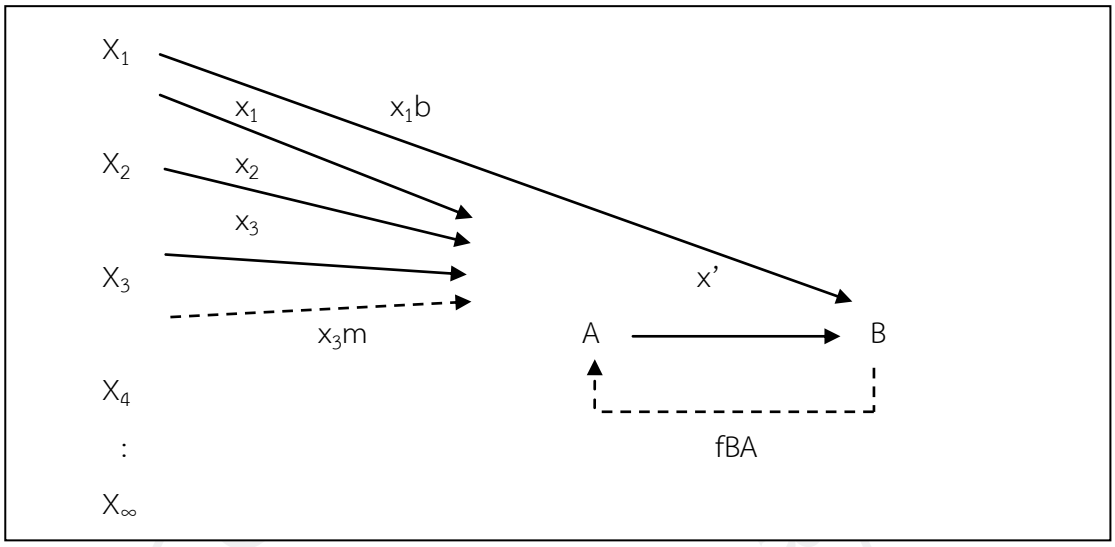
ที่มา: ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

จากแบบจำลองสามารถอธิบายถึงการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยกล่าวว่า การสื่อสารระหว่างคน 2 คน มีการสื่อสารโต้ตอบไปมา โดยกระบวนการตอบกลับ (Return Process) นี้เรียกว่า การสื่อสารกลับ (Feedback) ซึ่งแบบจำลองนี้เป็นแบบจำลองกระบวนการการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication Process) โดยการสื่อสารกลับ (Feedback) เป็นตัวแสดงลักษณะของการสื่อสารทางที่สอง (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539)

แบบจำลองของเวสเลย์และแมคลีน (The Westly and Mac Lean Model) มีองค์ประกอบในกระบวนการการสื่อสารที่ประกอบไปด้วย สิ่งของและเหตุการณ์ (Object and Events) สาร (Message) ผู้ส่งสาร (Source) ผู้รับสาร (Receiver) และการสื่อสารกลับ (Feedback) โดยเป็นแบบจำลองกระบวนการการสื่อสารที่สามารถใช้อธิบายได้ทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าค่าตากัน (Face–to–Face Communication) และการสื่อสารมวลชน (Mass-Communication) (ปรมะ สตะเวทิน, 2546)

แบบจำลองกระบวนการการสื่อสารระหว่างบุคคล คือการที่ผู้ส่งสาร (A) ได้พบเห็นสิ่งของหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง (X_1) ในบรรดาสิ่งของและเหตุการณ์ทั้งหลายที่อยู่ในสิ่งแวดล้อมของตน (X_1, X_2, X_3, X_4.... X_∞) เมื่อต้องการจะบอกเหตุการณ์นั้น (X_1) ให้ผู้รับสาร (B) ทราบ (ซึ่งผู้รับสารอาจจะทราบหรือไม่ทราบเหตุการณ์นั้นมาก่อนก็ได้ (X_1b)) ผู้ส่งสาร (A) จึงสร้างและส่งสารนั้นไป (X’) ยังผู้รับสาร (B) เมื่อผู้รับสาร (B) ทราบ และมีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร ก็สื่อสารกลับ (fBA) ไปยังผู้รับสาร (A) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539) โดยสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังภาพที่ 2.8

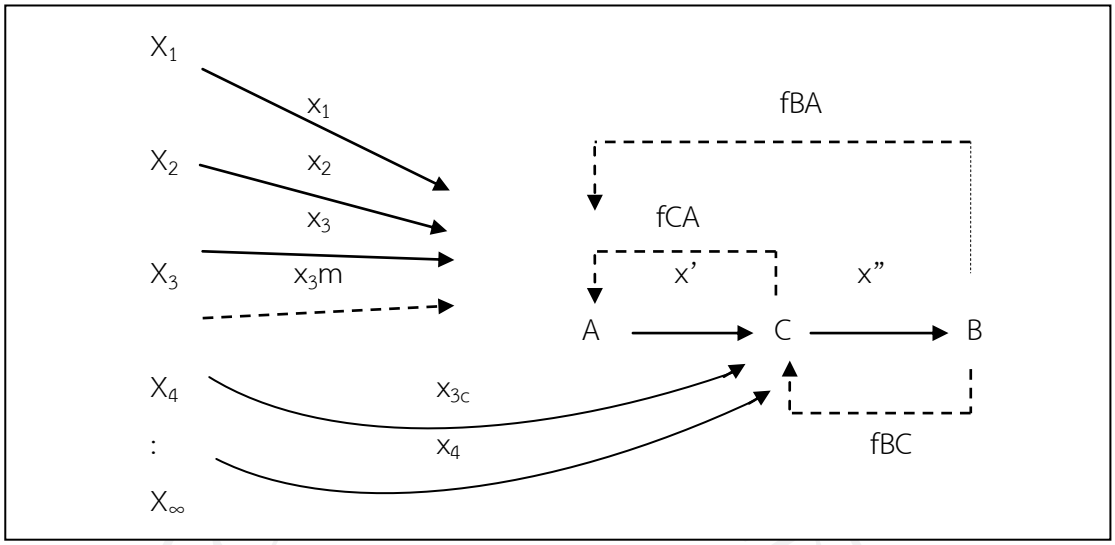
ภาพที่ 2.8: แบบจำลองของเวสเลย์และแมคลีนแบบที่ 1 (The Westly and Mac Lean Mode)



ที่มา: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2539). *เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

แบบจำลองกระบวนการการสื่อสารมวลชน คือการที่ผู้ส่งสาร (A) อันได้แก่บุคคลหรือสถาบันต้องการที่จะแจ้งเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง (X_1) ในบรรดาเหตุการณ์ทั้งหลายที่อยู่ในสิ่งแวดล้อม (X_1, X_2, X_3, X_4.... X_∞) ก็ส่งสารเป็นสาร (X') ไปยังสื่อมวลชน (C) จากนั้นสื่อมวลชนก็จะนำเสนอเป็นข่าวสาร (X") ไปยังมวลชนผู้รับสาร (B) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539) ซึ่งสามารถเขียนเป็นแผนภาพได้ดังภาพที่ 2.9

ภาพที่ 2.9: แบบจำลองของเวสเลย์และแมคลีนแบบที่ 2 (The Westly and Mac Lean Model)



ที่มา: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2539). *เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จากแบบจำลองจะเห็นได้ว่า สิ่งสำคัญในแบบจำลองนี้คือ คนกลาง (Intermediary) ในกระบวนการสื่อสาร กล่าวคือ ระหว่างผู้ส่งสาร (A) และผู้รับสาร (B) มีคนกลาง (C) เข้ามาทำหน้าที่แปลความหมายของข้อมูลข่าวสารที่ผู้ส่งสาร (A) ส่งมาให้ ผู้รับสาร (B) ซึ่งคนกลางในกรณีนี้จะเรียกว่าเป็น ผู้กลั่นกรองข่าวสาร หรือสื่อมวลชนนั่นเอง (พงษ์ วิเศษสังข์, 2551)

ในการสื่อสารมวลชน การสื่อสารกลับ (Feedback) สามารถเกิดขึ้นได้ 3 ทาง ทางแรกคือ fBA จากมวลชนผู้รับสาร (B) ไปยังผู้ส่งสาร (A) ทางที่สองคือ fBC จากมวลชนผู้รับสาร (B) ไปยังสื่อมวลชน (C) และทางที่สามคือ คือ fCA จากสื่อมวลชน (C) ไปยังผู้ส่งสาร (A) (ปรมะ สตะเวทิน, 2546)

แบบจำลองของเบอร์โล (The Berlo Model) อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารว่ามีองค์ประกอบอยู่ 6 ประการ ได้แก่ ผู้ส่งสาร (Communication Source) กับผู้เข้ารหัส (Encoder) สาร (Message) สื่อ (Channel) ผู้ถอดรหัส (Decoder) และผู้รับสาร (Communication Receiver) ซึ่งถ้าเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งสารและผู้เข้ารหัสจะเป็นคนเดียวกัน และผู้รับสารกับผู้ถอดรหัสก็จะเป็นคนเดียวกัน ทำให้องค์ประกอบที่สำคัญของแบบจำลองของเบอร์โล สามารถสรุปเหลือ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร หรือที่เรียกว่า SMCR Model (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) โดยแบบจำลองมีลักษณะดังภาพที่ 2.10

ภาพที่ 2.10: แบบจำลองของเบอร์โล (The Berlo Model)

S แหล่งสาร (Source)	M เนื้อหาสาร (Message)	C สื่อ (Channel)	R ผู้รับสาร (Receiver)
ทักษะการสื่อสาร (Communication Skills) ทัศนคติ (Attitudes) ความรู้ (Knowledge) ระบบสังคม (Social System) วัฒนธรรม (Culture)	รหัส (Code) เนื้อหา (Content) การจัดเสนอ (Treatment)	การเห็น (Seeing) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) การได้กลิ่น (Smelling) การลิ้มรส (Tasting)	ทักษะการสื่อสาร (Communication Skills) ทัศนคติ (Attitudes) ความรู้ (Knowledge) ระบบสังคม (Social System) วัฒนธรรม (Culture)

ที่มา: ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

แบบจำลองของเบอร์โล เน้นองค์ประกอบของช่องทางการสื่อสาร และได้ขยายแนวคิดของผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยมีการระบุถึงส่วนประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม ซึ่งทั้งสองฝ่ายจะสร้างสิ่งรบกวนขึ้นมาในการสื่อสารทำให้มีผลต่อการรับสารที่ถูกต้องของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตาม สิ่งรบกวนและปฏิกิริยาตอบกลับ ไม่ถูกระบุอยู่ในแบบจำลองนี้ แต่ในปัจจุบันจะมีการกำหนดปฏิกิริยาตอบกลับจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารในแบบจำลองของเบอร์โล (พงษ์ วิเศษสังข์, 2551)

จากแบบจำลองการสื่อสารต่าง ๆ ที่ได้กล่าวไปในข้างต้น สามารถสรุปเป็นรูปแบบการสื่อสาร 2 ประเภท ได้แก่ การสื่อสารแบบทางเดียวและการสื่อสารแบบสองทาง โดยการสื่อสารทางเดียว มีลักษณะของแบบจำลองการสื่อสาร คือ (1) แบบจำลองของอริสโตเติล ที่แบ่งองค์ประกอบสำคัญคือ ผู้พูด คำพูด และผู้ฟัง (2) แบบจำลองของลาสเวลล์ ที่ผลของการสื่อสารส่งไปยังจุดหมายแต่มองข้ามปฏิกิริยาตอบกลับ (3) แบบจำลองของแชนนอนและวีเวอร์ เป็นสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรง ที่ให้ความสนใจกับสิ่งรบกวนที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสาร และ (4) แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์ (แบบที่ 1) เป็นกระบวนการเส้นตรง ประกอบด้วย แหล่งข่าวสาร การเข้ารหัส สัญญาณ

ถอดรหัส และจุดหมายปลายทาง ซึ่งจากแบบจำลองที่กล่าวไป องค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร ซึ่งจะไม่เน้นการมีปฏิกิริยาตอบกลับระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม การสื่อสารสองทางจะต่างจากการสื่อสารทางเดียว คือเน้นให้มีปฏิกิริยาตอบกลับระหว่างคู่สื่อสาร ซึ่งลักษณะของแบบจำลองการสื่อสารสองทาง ได้แก่ (1) แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์แบบที่ 2 3 และ 4 (2) แบบจำลองของเวสเลย์และแมคลีน และ (3) แบบจำลองของเบอร์โล ซึ่งจากแบบจำลองทั้ง 3 แบบจำลอง ที่กล่าวไปจะเพิ่มการสื่อสารกลับ (Feedback) เข้ามา เป็นกระบวนการตอบกลับที่จะแสดงให้เห็นการโต้ตอบของผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

ในการแบ่งรูปแบบการสื่อสารจะทำให้ผู้วิจัยสามารถนำไปใช้เป็นเกณฑ์ที่ใช้สำหรับสังเคราะห์งานวิจัยโดยการแบ่งประเภทคุณลักษณะงานวิจัยได้สะดวกขึ้น เนื่องจากงานวิทยานิพนธ์ต่าง ๆ ที่นำมาสังเคราะห์มีความเกี่ยวข้องกับงานด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร ทำให้ในงานวิทยานิพนธ์ที่มีการศึกษาถึงกระบวนการสื่อสารและรูปแบบของการสื่อสารที่ประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสารมีความเกี่ยวข้องกับการสังเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถใช้การแบ่งรูปแบบและกระบวนการสื่อสารเป็นเกณฑ์ในการกำหนดตัวแปรคุณลักษณะเพื่อจัดแปรเภทของงานวิทยานิพนธ์ที่ใช้ในการสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ด้วยวิธีการวิเคราะห์อภิมานในลำดับต่อไป

2.1.3 ประเภทของการสื่อสาร

นอกจากมีการแบ่งรูปแบบของการสื่อสารแล้ว ยังมีการกำหนดประเภทของการสื่อสารโดยจำแนกจากจำนวนผู้ทำการสื่อสารตามสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งจำแนกได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารกลุ่ม (Group Communication) การสื่อสารองค์กร (Organization Communication) และการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) เป็นการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของความคิด ความรู้สึก ที่แต่ละบุคคลมีต่อตนเอง มีรูปแบบเป็นนามธรรมและเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการสื่อสาร เพราะในการสื่อสารแต่ละครั้งบุคคลจะต้องเข้าใจว่าเป็นใครและคิดอะไร โดยผ่านการคิดและพูดกับตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นการคิดถึงสิ่งที่ผ่านเข้ามา การแปลความหมายข้อความหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ การตอบรับประสบการณ์และการมีปฏิกิริยากับสิ่งต่าง ๆ (สุปรีดี สุวรรณบูรณ์, 2554) ดังนั้น แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารภายในบุคคลจึงเป็นแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทางด้านจิตวิทยาเป็นส่วนมาก เนื่องจากเป็นการศึกษาเพื่อนำความรู้มาใช้เพื่ออธิบายการเกิดพฤติกรรมด้ายจิตวิทยาของมนุษย์ และสามารถเชื่อมโยงกับการสื่อสารในระดับอื่น ๆ ได้อีกด้วย (บุษบา สุธีธร, 2549) ทฤษฎีดังกล่าวได้แก่

1.1) ทฤษฎีว่าด้วยการรับรู้ เป็นกระบวนการเลือกรับ รวบรวม และตีความสารของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และจะเกิดขึ้นตามประสบการณ์ที่สะสมมาของแต่ละบุคคล (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539) การรับรู้จัดเป็นสิ่งเร้าชนิดหนึ่งผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การรับรส และการรับสัมผัสทางกาย ซึ่งกระบวนการรับรู้เป็นกระบวนการสื่อสารภายในตนเองที่ซับซ้อนและเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วใน 3 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1.1) ขั้นเกิดการกระตุ้นที่ประสาทรับสัมผัส เมื่อเกิดสิ่งเร้าต่าง ๆ มากระทบต่อประสาทสัมผัสของมนุษย์ ทำให้มนุษย์เกิดการเลือกรับรู้ หรือเกิดการตัดสินใจเลือกที่จะเกี่ยวข้องโดยเจาะจงและไม่เจาะจงของบุคคลว่าจะรับต่อสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าหรือไม่ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่นปัจจัยด้านกายภาพ ประสบการณ์ ความสนใจ เป็นต้น

1.1.2) ขั้นการรวบรวม และเรียบเรียงเพื่อประมวลผลต่อสิ่งเร้า คือการรวบรวมตัวกระตุ้นต่าง ๆ ที่ได้จากการรับรู้ เข้าเป็นรูปแบบต่าง ๆ เช่น รวบรวมโดยพิจารณาจากการอยู่ใกล้เคียง พิจารณาจากความคล้ายคลึง พิจารณาจากการกระทำไปทางเดียวกัน หรือ พิจารณาถึงการเติมส่วนที่ขาดไป

1.1.3) ขั้นการแปลผลการประเมินหรือการให้ความหมายกับสิ่งเร้า เป็นการตีความ หรือการแปลความหมายประสบการณ์ที่ได้รับ เช่น แปลความหมายตามสถานการณ์ แปลความหมายโดยพิจารณาถึงเจตนาของบุคคล หรือ แปลความหมายโดยยึดเอาบุคลิกลักษณะของตนเองเป็นหลัก เป็นต้น

ดังนั้น การรับรู้คือกระบวนการภายในตัวบุคคลในการให้ความหมายต่อสิ่งที่ได้รับจากการสัมผัสสิ่งเร้าต่าง ๆ โดยใช้สมอง อารมณ์ และประสบการณ์ของบุคคลในการตีความ และให้ความหมาย โดยสิ่งที่ได้จากการรับรู้จะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมตามการรับรู้ ซึ่งจะแสดงออกเป็นพฤติกรรม (ณัฐชลิดา เมธีภิวัฒน์, 2553)

1.2) ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง คือการรับรู้โดยรวมทั้งหมดเกี่ยวกับความคิด ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ที่แต่ละคนคิดและมีความเชื่อเกี่ยวกับเองว่าเป็นอย่างไร เป็นแนวคิดที่ไม่ตายตัว สามารถเปลี่ยนตามสถานการณ์และอิทธิพลจากปัจจัยอื่น ๆ กล่าวคือทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับตนเองไม่ได้ติดตัวมาแต่กำเนิด แต่พัฒนามาพร้อมกับช่วงชีวิตของบุคคลผ่านการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ ที่เข้ามามีส่วนในการกำหนดความคิดเกี่ยวกับตนเองของแต่ละบุคคล โดยเกิดขึ้นจากองค์ประกอบสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ ความเชื่อ (Beliefs) ทัศนคติ (Attitude) และค่านิยม (Values) ผ่านปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต กลุ่มอ้างอิงต่าง ๆ และบทบาทหน้าที่ต่าง ๆ ที่แต่ละคนสวมบทบาทอยู่ เป็นต้น (บุษบา สุธีธร, 2549)

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารจะสัมฤทธิ์ผลได้เมื่อภาพที่เรามองตนเองตรงกับภาพที่คนอื่นมองเรา และด้วยแนวคิดนี้ทำให้ทราบว่าก่อนที่จะเปิดตัวเข้าหาผู้อื่น เราจำเป็นต้องเข้าใจและยอมรับตนเองด้วยการ มีความตระหนักรู้ว่าเราเป็นใคร รู้จักประเมินตนเอง ยอมรับตนเอง และทำตามกำลังของตนเองจากนั้นต้องเปิดเผยตนเองเพื่อให้ผู้อื่นได้รับรู้ความเป็นตัวตนของเราจากการแสดงความคิด ความรู้สึกของตนเองกับผู้อื่น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539)

1.3) ทฤษฎีว่าด้วยความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยม (Rokeach's Theory of Attitudes Beliefs and Values) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลบนพื้นฐานของปัจจัยทางด้านความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยม โดยเชื่อว่าพฤติกรรมของบุคคลถูกกำหนดด้วยความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของตนเอง

1.3.1) ความเชื่อของแต่ละบุคคลแบ่งเป็นความเชื่อแบบถาวร และความเชื่อแบบผิวเผินเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ทั้งนี้ สามารถแบ่งความเชื่อออกเป็น 4 แบบ ได้แก่ ความเชื่อเกี่ยวกับตนเอง ความเชื่อที่เกิดจากประสบการณ์ ความเชื่อที่มาจากความเชื่ออื่น และความเชื่อที่เป็นลักษณะของรสนิยมที่เกิดขึ้นชั่วคราว

1.3.2) ทัศนคติ เกิดจากความเชื่อที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ของบุคคล ทั้งแบบถาวรและผิวเผิน ซึ่งการพิจารณาทัศนคติต้องพิจารณาทัศนคติทั้งสองไปพร้อมกัน คือ ทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้น และทัศนคติที่มีต่อสถานการณ์นั้น ๆ ด้วยพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนั้นความเชื่อและทัศนคติมากมายที่เกิดจากผลของการรวมตัวจะสัมพันธ์กันทำให้เกิดทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้นหรือสถานการณ์นั้น

1.3.3) ค่านิยม จัดเป็นตัวแปรสำคัญ เพราะในบรรดาตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับพฤติกรรม ค่านิยมจัดเป็นความเชื่อประเภทถาวร ที่สามารถถือเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล โดยจะแบ่งค่านิยมเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ค่านิยมที่เป็นเครื่องมือ ซึ่งเป็นค่านิยมที่ใช้สำหรับดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น การทำงานหนัก เป็นต้น และค่านิยมอันเป็นจุดหมายปลายทาง คือค่านิยมที่แต่ละบุคคลต้องการไปให้ถึง เช่น ความสุข ความสำเร็จ

1.4) แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ (Learning) เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ และการฝึกฝน ทั้งนี้ไม่รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมที่เกิดจากการตอบสนองตามสัญชาตญาณ ฤทธิ์ของยาหรือสารเคมี และปฏิกริยาสะท้อนตามธรรมชาติของมนุษย์ (Bower & Hilgard, 1981) การเรียนรู้ คือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือศักยภาพของพฤติกรรม ที่ค่อนข้างถาวรอันเกิดจากประสบการณ์หรือการฝึกฝนด้วยวิธีการที่จงใจหรือไม่จงใจก็ตาม พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปนี้ ควรเป็นไปในลักษณะที่ค่อนข้างถาวร และเปลี่ยนแปลงไปในทางที่เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมก็ได้ (จิราภา เต็งไตรรัตน์, 2543, หน้า 23)

กระบวนการเรียนรู้ เกิดจากการรับการถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ ศรัทธาเจตคติ ค่านิยม ทักษะการงาน และทักษะชีวิต เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมของผู้เรียนตามที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ ทั้งนี้ กระบวนการเรียนรู้ หมายถึง การดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน หรือการใช้วิธีการต่าง ๆ ที่ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้เกิดความรู้และความเข้าใจในสารต่าง ๆ หรือเป็นแบบแผน หรือกระบวนการความคิดที่ค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไปสู่ผลอีกอย่างหนึ่ง (เกษม วัฒนชัย, 2545, หน้า 12)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก โดยมีรายละเอียดดังนี้ (พรทิพย์ อุดมสิน, 2555, หน้า 33-34)

1) ปัจจัยภายใน ประกอบไปด้วย ตัวผู้เรียนรู้และตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียนรู้ บทเรียนและตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับบทเรียน วิธีเรียนรู้และการถ่ายโยงการเรียนรู้ ผู้สอนและและตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับ และสภาพแวดล้อมในขณะที่เรียนรู้ เป็นต้น

2) ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย วัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ และการเมือง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การเรียนรู้เริ่มเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้า (Stimulus) มากระตุ้นบุคคล ระบบประสาทจะตื่นตัวเกิดการรับสัมผัส (Sensation) ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 แล้วส่งกระแสประสาทไปสมองเพื่อแปลความหมายโดยอาศัยประสบการณ์เดิมเป็นการรับรู้ (Perception) ใหม่ อาจสอดคล้องหรือแตกต่างไปจากประสบการณ์เดิม แล้วสรุปผลของการรับรู้นั้น เป็นความเข้าใจหรือความคิดรวบยอด (Concept) และมีปฏิกิริยาตอบสนอง (Response) อย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งเร้าตามที่รับรู้ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแสดงว่าเกิดการเรียนรู้แล้ว (พรรณี ชูทัย, 2522)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การเรียนรู้ หมายถึง การปรับเปลี่ยนทัศนคติ แนวคิด และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร ทั้งภายนอกที่บุคคลแสดงออกมาและศักยภาพซึ่งเป็นพฤติกรรมภายในที่มิได้แสดงออกมา โดยอาศัยกระบวนการที่หลากหลาย ซึ่งอาจเป็นการเผชิญสถานการณ์ที่ไม่ได้เป็นสัญชาติญาณ ประสบการณ์ การปฏิบัติหรือการฝึกฝน โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้เรียนรู้ และปัจจัยภายนอกที่เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ที่ไม่ใช่ตัวบุคคลแต่เป็นส่วนประกอบของสังคม เป็นต้น

1.5 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Motivation) เกิดจากความต้องการ หรือคาดหวังของบุคคล แล้วได้รับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น หรือแรงขับที่ชี้นำและส่งเสริมให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับจนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการ ในแนวทางที่ถูกต้องตามลำดับ (พรรณพิมล ก้านกนก, 2553) อย่างไรก็ตาม นักวิชาการด้านจิตวิทยาและพฤติกรรมศาสตร์ไดใหความหมายของแรงจูงใจที่สรุปแล้ววา แรงจูงใจเปน กระบวนการทางจิตวิทยาที่มีการกระตุนให บุคคลเกิดความรูสึกต้องการและหรือความอยาก และบุคคลได ยึดเอา

ความต้องการหรือความอยากนั้น เปนเปาประสงค ที่จะขับเคลื่อนการกระทำหรือพฤติกรรม เพื่อให้เป็นไปตามเปาหมายและสามารถบรรลุเปาประสงคที่กำหนดไวได้ (ธงชัย สันติวงศ์, 2537) โดยกระบวนการในการเกิดแรงจูงใจแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่

1) การกระตุน เปนขั้นตอนสำคัญที่ทำใหมนุษย์เกิดแรงจูงใจโดยนักวิชาการ แบงการกระตุนออกเปนสองลักษณะ คือ การกระตุ้นทางกายและการกระตุ้นทางจิตใจ

2) การเกิดแรงขับเคลื่อน การกระตุนจะทำใหเกิดผลสองประการคือ 1) การกระตุนทางกายที่ทำใหเกิดแรงขับ (Drive) ซึ่งถือวาเปนความต้องการ และ 2) การกระตุนทางจิตใจที่ทำใหเกิดแรงชักจูง (Motive) ซึ่งถือวาเปนความอยาก

3) การเกิดเป้าที่ประสงค แรงขับหรือแรงชักจูงที่เกิดจากการกระตุ้นไมวาจะเปนการกระตุนอันเกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือที่มนุษย์กระทำใหเกิดตอกายหรือจิตที่ขับเคลื่อนใหบุคคลกำหนดเปาหมายที่จะใหเกิดการกระทำหรือพฤติกรรมที่จะบรรลุเปาหมายและเป้าหมายนั้นจะสงผลใหเปนไปตามเป้าประสงค์

ทั้งนี้ นักวิชาการได้ศึกษาถึงปจจัยที่มีอิทธิพลตอการกระตุนใหเกิดแรงจูงใจในการทำงานของบุคคลเพื่อที่จะไดใชประโยชนในการสรางแรงจูงใจใหบุคคลทำงาน ซึ่งอาจสรุปเปนสองกลุมใหญ ๆ คือ ทฤษฎีที่เน้นการกระตุนใหเกิดแรงจูงใจจากลักษณะความต้องการของบุคคล และทฤษฎีที่เน้นการกระตุ้นใหเกิดแรงจูงใจจากกระบวนการในการทำงาน โดยในการสรางแรงจูงใจใหบุคคล ผู้บริหารจำเป็นต้องรูถึงความต้องการของทรัพยากรมนุษยในองคการคืออะไรบาง และสร้างบรรยากาศ หรือกำหนดเปาหมายของการทำงานใหสอดคลองตรงกับความต้องการ ก็จะสามารถเปนแนวทางในการผลักดันให้เกิดการทำงานไปในทิศทางที่องค์กรต้องการได้ (พรรณพิมล ก้านกนก, 2553)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจเกิดจากความต้องการหรือคาดหวังของบุคคล เป็นแรงขับที่ชี้นำและส่งเสริมให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับจนบรรลุผลสำเร็จ กระบวนการในการเกิดแรงจูงใจแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การกระตุน การเกิดแรงขับเคลื่อน และ การเกิดเป้าที่ประสงค์ โดยปจจัยที่มีอิทธิพลตอการกระตุนใหเกิดแรงจูงใจในการทำงานของบุคคลเพื่อที่จะไดใชประโยชนในการสรางแรงจูงใจใหบุคคลทำงานแบ่งเป็นสองกลุ่มใหญ ๆ คือ ทฤษฎีที่เน้นการกระตุนใหเกิดแรงจูงใจจากลักษณะความต้องการของบุคคล และทฤษฎีที่เน้นการกระตุ้นใหเกิดแรงจูงใจจากกระบวนการในการทำงาน เป็นต้น

1.6 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction) ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกมีความสุข เมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ต้องการหรือตามแรงจูงใจ โดยความพึงพอใจเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ถ้าความตึงเครียดมากก็ทำให้เกิดความไม่พอใจ ซึ่งความตึงเครียดนี้มีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ หากความต้องการได้รับการตอบสนองก็ทำให้เกิดความพอใจ (Morse, 1958) อย่างไรก็ตาม วรูม (Vroom, 1964) ได้กล่าวว่า “ทัศนคติและความพึงพอใจเป็นสิ่งที่สามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้นทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจในสิ่งนั้น”

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นแม้ว่าจะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ต่างกันไป แต่สรุปได้ร่วมกันว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงการประเมินค่า ซึ่งจะเห็นว่าแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจนี้เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออก

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกหรือสร้างให้เกิดความพอใจมนุษย์ ได้แก่ ทรัพยากร (Resource) หรือสิ่งเร้า (Stimuli) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจเป็นการศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดทำให้เกิดความพอใจแก่มนุษย์ อย่างไรก็ตามสภาพแวดล้อมทางกายภาพก็เป็นทรัพยากรของระบบความพึงพอใจอย่างหนึ่ง ดังนั้น การออกแบบสภาพแวดล้อมจึงมีส่วนช่วยในการตัดสินใจว่าควรจัดการทรัพยากรที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีอยู่อย่างไรให้เกิดความพึงพอใจได้

ความพึงพอใจในเชิงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะในลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งประกอบไปด้วยบุคคลสองฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายผู้มีอำนาจหน้าที่ในการบริการ และฝ่ายผู้รับบริการ การศึกษาความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีประสิทธิภาพสูงสุดนั้นสามารถพิจาณาจากความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยนำเข้า (Input) กับผลผลิต (Output) ที่ได้รับ โดยพิจารณาจากผลผลิตลบด้วยปัจจัยนำเข้า แต่ถ้าเป็นเรื่องการบริหารรัฐกิจก็ต้องบวกความพึงพอใจของผู้รับบริการด้วย (วิโรจน์ สัตย์สัณห์สกุล, 2548)

ทั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจคือ ความรู้สึกพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อความต้องการของมนุษย์ ได้รับการตอบสนองทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจก็จะเกิดความพอใจ เกิดเป็นทัศนคติด้านบวก ที่แสดง ให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบที่แสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจ ความพึงพอใจเป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของทัศนคติซึ่งไม่จำเป็นต้องแสดงหรืออธิบายเชิงเหตุผลเสมอไปก็ได้ รวมไปถึงความพึงพอใจเป็นเพียงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นที่แสดงผลออกมาในลักษณะ ของผลลัพธ์สุดท้ายของขบวนการ

ประเมินโดยบ่งบอกถึงทิศทางของผลประเมินว่าจะเป็นไปในลักษณะทิศ ทางบวก หรือทิศทางลบ หรือไม่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นนั้นก็เป็นได้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล คือการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับความคิดของแต่ละบุคคลที่มีต่อตนเองซึ่งเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการสื่อสารในขั้นต่อไป ทั้งนี้แนวคิดทฤษฎีที่สำคัญในประเภทการสื่อสารขั้นนี้เป็นการศึกษาถึงทัศนคติที่ส่งผลให้พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล รวมถึงแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยาของมนุษย์ ได้แก่ ทฤษฎีว่าด้วยการรับรู้ แนวคิดเกี่ยวกับตนเองและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดเผยตนเอง เป็นต้น โดยแนวคิดทฤษฎีเหล่านี้จะช่วยให้มนุษย์รับรู้ถึงความคิดและความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีก่อนจะเกิดขึ้นเป็นพฤติกรรมการสื่อสารในประเภทต่อไป

2) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน โดยที่บุคคลหนึ่งเป็นทั้งผู้ส่งสาร (Sender) และผู้รับสาร (Receiver) สลับกันไป สาร (Message) คือข้อมูลข่าวสาร (Information) ที่ถ่ายทอดให้อีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการมองเห็นและการได้ยิน (Sight and Sound) เป็นช่องทาง (Channel) ส่วนปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) คือการตอบสนองจากบุคคลที่เป็นคู่สื่อสารนั่นเอง (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, 2543)

การศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลมีหลากหลายแนวทาง ดังนั้น ในการนำเสนอครั้งนี้ ผู้วิจัยจะยกตัวอย่างทฤษฎีทางด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ถูกนำมาใช้ในวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP) ทฤษฎี Elaboration Likelihood Theory ทฤษฎีการตัดสินทางสังคม และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการวิเคราะห์ลักษณะประชากรของผู้รับสาร ซึ่งเป็นแนวคิดทฤษฎีที่มีส่วนทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลประสบความสำเร็จ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1) แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับ 3 แนวคิด ประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวความรู้ (Knowledge) แนวคิดเกี่ยวทัศนคติ (Attitude) และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสารที่ส่งผลกระทบต่อสังคมต่อไป จากการรับสารนั้นการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประเภทนี้ จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสาร ก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติ และขั้นสุดท้ายคือการก่อให้เกิดการกระทำ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533) โดยมีรายละเอียดในข้อต่อไป

2.1.1) แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้นที่บุคคลส่วนมากได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองสิ่งเร้า (Stimulus-Response) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำกับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรและสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้

(ภัครัศ สีธิ, 2554) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ โสภิตสุดา มงคลเกษม (2539, หน้า 42) ที่กล่าวว่า "ความรู้ยังเป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับ และเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลควรจะต้องรู้เรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้น เพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริง หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่สนับสนุน และให้คำตอบข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ มีการชี้แจงให้บุคคลเกิดความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้ง เกิดความตระหนักถึงความเชื่อ และค่านิยมต่าง ๆ ด้วย" อย่างไรก็ตาม ความรู้ยังสามารถแบ่งได้เป็น 6 ระดับ (Bloom, 1971) ได้แก่

1) ระดับที่ระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะเฉพาะเรื่องเฉพาะ วิธีปฏิบัติ กระบวนการ และแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้ คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำออกมา

2) ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) หมายความว่า บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นได้ด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมาย แปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3) ระดับของการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริง และความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม

4) ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยก เป็นส่วน เป็นประเภท หรือนำข้อมูลมาประกอบกัน เพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5) ระดับการสังเคราะห์ (Synthesis) คือ การนำข้อมูลและแนวความคิดมาประกอบกัน แล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม

6) ระดับของการประเมินผล (Evalution) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวม และวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

ทั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า ความรู้เป็นสิ่งที่แต่ละบุคคลได้รับผ่านประสบการณ์ผ่านสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่ความจำที่เลือกสรรและสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง นอกจากนี้ความรู้ยังเป็นข้อเท็จจริง ความจริงซึ่งเป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับ และเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ โดยความรู้สามารถแบ่งได้ 6 ระดับ คือ ระดับที่ระลึกได้ ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ ระดับของการนำไปใช้ ระดับของการวิเคราะห์ ระดับการสังเคราะห์ และระดับของการประเมินผล

2.1.2) แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude) หมายถึง สภาพทางจิตของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรูในการที่จะตอบสนองตอบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณเฉพาะอย่างใด อยางหนึ่งในทำนองวาชอบหรือไมชอบตามปกติแลวบุคคลจะตองมีทัศนคติตอสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกี่ยวข่องกับชีวิตประจำวันเสมอ (พิชิต วรรณราช, 2549) ซึ่งทัศนคติเปนการแสดงออกทางด่านผลรวมของความโนมเอียงและความรูสึก ความมีอคติ ความรูสึกที่เกิดขึ้นอยูในใจมาก่อนความคิด ความกลัว การบังคับขูเข็ญและการลงความเห็นของมนุษยเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และทัศนคติยังเป็นการผสมผสานหรือการจัดระเบียบความเชื่อที่มีตอสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณใดสถานการณหนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเปนตัวกำหนดแนวโนมของบุคคลที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไมชอบ (วรรณฤดี แกวแกมแข, 2544)

ทัศนคติมีองคประกอบ 3 ดาน คือองคประกอบดานความรู หมายถึง ความเชื่อถือของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หากบุคคลมีความรูสิ่งใดดีหรือความเชื่อตอสิ่งตาง ๆ วาดี ก็จะมีทัศนคติที่ดีตอสิ่งนั้น องคประกอบที่สองดานความรูสึก หมายถึง ปฏิกิริยาการตอบสนองทางดานความรูสึกหรืออารมณที่มีตอวัตถุหรือบุคคลใดหรือสิ่งใด ก็จะทำใหมีทัศนคติที่ดีหรือไมดีตอสิ่งนั้น และองคประกอบที่สามด่านพฤติกรรมหรือการกระทำ หมายถึง บุคคลจะประพฤติหรือปฏิบัติอย่างไรตอวัตถุหรือกลุมบุคคล ในกรณีนี้ความเชื่อและความรูสึกมีอิทธิพลตอพฤติกรรม ซึ่งองคประกอบแตละดานมีความสัมพันธเชื่อมโยงกัน กลาวคือ ถาประชาชนมีทัศนคติที่ดียอมเกิดความรูสึกที่ดีและมีปฏิกิริยาตอบสนองในทางที่ดี (อธิภัทร สายนาค, 2543)

อย่างไรก็ตาม ความสอดคลองระหวางองคประกอบของทัศนคติ คือ แนวคิดและความรูสึก เมื่อใดก็ตามที่มีความไมสอดคล่องกันระหวางองค์ประกอบทั้งสองเหนือระดับหนึ่งยอมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงองคประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง หรือทั้งสององค์ประกอบเพื่อนำไปสูภาวะความสอดคล่องและเชื่อวาการเปลี่ยนองคประกอบหนึ่งจะนำไปสูการเปลี่ยนอีกองคประกอบหนึ่งของทัศนคติ นอกจากนั้นการเปลี่ยนทัศนคติโดยผานกระบวนการเร้าด้วยวิธีสื่อสาร สวนใหญเน้นการเปลี่ยนองคประกอบความรู นั่นคือการใหข้อมูลใหม ๆ ซึ่งจะนำไปสูการเปลี่ยนองคประกอบความรูสึกและการเปลี่ยนทัศนคติ (จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวันฒ์, 2538)

เนื่องจากทัศนคติเป็นพฤติกรรมภายใน มีลักษณะเป็นนามธรรมซึ่งเจ้าตัวเท่านั้นที่ทราบการวัดทัศนคติโดยตรงจึงทำไม่ได้ แต่โดยที่ทัศนคติมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการดังกล่าวมาข้างต้น ดังนั้น การวัดทัศนคติจึงต้องวัดทั้ง 3 องค์ประกอบของทัศนคติและต้องวัดเป็นภาพรวม ๆ โดยพิจารณาจากกิริยาท่าทีการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในหลายด้านหลายประการรวมกัน ไม่ใช่วัดจากการกระทำหรือพฤติกรรมเพียงอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคล (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2537)

ทั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติ คือ การแสดงออกทางด านผลรวมของความรูสึก ที่เกิดจากการเรียนรูในการที่จะตอบสนองตอบุคคล สิ่งของ หรือเหตุการณ เฉพาะอยางใดอยางหนึ่งในทำนองวาชอบหรือไมชอบ โดยทัศนคติ มีองคประกอบ 3 ดาน คือองคประกอบดานความรู ดานความรูสึก และดานพฤติกรรมหรือการกระทำ เมื่อใดที่เกิดความไม่สอดคล้องทางทัศนคติ ยอมต้องมีการเปลี่ยนแปลงองคประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง เพื่อนำไปสู่เปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ

2.1.3) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Practice) เป็นกิจกรรมที่บุคคลแสดงออกให้ผู้อื่นเห็นได้ เช่น การยิ้ม การเดิน หรือผู้อื่นอาจเห็นได้ยากต้องใช้เครื่องมือช่วย เช่น การเต้นของหัวใจ พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกมา มีผลมาจากการเลือกปฏิกิริยาตอบสนองที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้น ซึ่งพฤติกรรมหรือกระทำใด ๆ จะมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติที่คอยผลักดันให้เกิดพฤติกรรม แต่ละคนจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป เนื่องจากได้รับความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ไม่เท่ากัน มีการตีความสารที่รับมาไปคนละทิศคนละทาง ทำให้เกิดการเรียนรู้ และการสั่งสมประสบการณ์ในเรื่องความรู้ที่ไม่เท่ากัน (ธนกฤต ดีพลภักดิ์, 2556) นอกจากนี้ เมื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ภายในจิตใจของมนุษย์แล้ว สิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือ พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกต่อผู้อื่น ดังนั้น เรื่องของการสื่อสารจึงอยู่ในความสนใจของนักจิตวิทยาเช่นเดียวกัน เนื่องจากการสื่อสารจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์ทั้งสิ้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2554)

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรของมมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่างด้วยกัน ได้แก่ เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ที่ตามมาและปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมที่เกิดขึ้นทั้งสิ้น และนับว่าเป็นเงื่อนไขที่ทำให้เกิดพฤติกรรมของมนุษย์นั่นเอง (สุภัททา ปิณฑะแพทย์, 2542) ทั้งนี้ พฤติกรรมของมนุษย์แบ่งออกได้ 2 ประเภท ใหญ่ ๆ คือ พฤติกรรมที่เกิดจากภาวะทางกาย และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากสภาวะทางจิตใจ ซึ่งมีทั้งประเภทที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว แบ่งออกเป็นที่ควบคุมได้ และแบบที่ไม่สามารถควบคุมได้ (ชุดา จิตพิทักษ์, 2525)

นอกจากนี้ พฤติกรรมจะมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติที่คอยผลักดันให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งในแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป สืบเนื่องมาจากการได้รับความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ไม่เท่ากัน รวมถึงการตีความหมายของสารที่ได้รับมาไปคนละทิศคนละทางอีกด้วย ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ มีประโยชน์ในการทำให้บุคคลมีความรู้ นำความรู้ที่ได้มาสร้างทัศนคติ สุดท้ายจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล

ทั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรม คือกิจกรรมที่บุคคลแสดงออกให้ผู้อื่นเห็นได้หรือแสดงผ่านเครื่องมือช่วย โดยพฤติกรรมมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติที่คอยผลักดันให้เกิด บุคคลจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป เนื่องจากได้รับความรู้และมีการตีความสารที่รับมาแตกต่างกันออกไป ซึ่งพฤติกรรของมมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่างด้วยกัน ได้แก่ เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ที่ตามมา และปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง ทั้งนี้พฤติกรรมของมนุษย์ แบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ พฤติกรรมที่เกิดจากภาวะทางกาย และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากสภาวะทางจิตใจ เป็นต้น กลาวโดยสรุป คือ ในกรณีทั่วไป เมื่อบุคคลมีความรู และทัศนคติอยางไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู และทัศนคติที่มีอยูนั่น คือ K (Knowledge) A (Attitude) P (Practice) โดยทั้งสามสิ่งจะเกิดขึ้นอยู่อย่างสอดคลองกันและสัมพันธกัน

2.2) ทฤษฎี Elaboration Likelihood Theory เป็นทฤษฎีของบุคคลในการประเมินสารโน้มน้าวใจ โดยการวิเคราะห์ประเมินสิ่งต่าง ๆ สำหรับการตัดสินใจจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับวิธีของแต่ละบุคคลที่จะใช้กระบวนการกลั่นกรองสาร ซึ่งเป็นไปได้ 2 วิธี คือ กระบวนการจากส่วนกลาง (Central Routes) และ กระบวนการที่เกิดในส่วนผิวเผิน (Peripheral Routes) โดยการคิดวิเคราะห์จะเกิดจากส่วนกลาง การคิดแบบลวก ๆ จะเกิดที่ส่วนรอบ ๆ ดังนั้นเมื่อสารผ่านเข้าระบบการรับรู้ส่วนกลางจะทำให้วิเคราะห์และประเมินและให้น้ำหนักละความสำคัญเพื่อตัดสินใจ แต่ถ้าสารเกิดผ่านเส้นทางที่ผิวเผินจะมีแนวโน้มในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ผ่านบริบทมากกว่าตัวสาร อย่างไรก็ตามถ้าคนใช้ทางส่วนกลางพิจารณาสิ่งต่าง ๆ จนส่งผลต่อทัศนคติ โอกาสที่พฤติกรรมจะสอดคล้องกับทัศนคติมีมากกว่า การใช้เส้นทางรอบนอกที่ทัศนคติจะเกิดเพียงชั่วคราวและส่งผลต่อพฤติกรรมน้อยกว่า

2.3) แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้รับสาร (Demographic Characteristics of Receiver) เป็นการแบ่งผู้รับสารตามตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ และสถานภาพทางสังคม เป็นต้น โดยลักษณะประชากรเป็นลักษณะที่สำคัญที่ช่วยในการกำหนดเป้าหมายในการสื่อสาร ในขณะที่ลักษณะด้านจิตวิทยาและสังคม วัฒนธรรมช่วยอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของผู้รับสารนั้น ข้อมูลด้านประชากรที่ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538, หน้า 41) โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน เช่น เพศหญิงมาแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย นอกจากนี้เพศหญิง

และเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตามและเป็นแม่บ้านแม่เรือน จากงานวิจัยยังพบอีกว่า ผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย (ปรมะ สตะเวทิน, 2541)

อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่มีอายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกันคนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าความบันเทิง (เมทินี ทองศรีเกตุ, 2552)

ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน ซึ่งมีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องได้ชี้ว่าการศึกษาของผู้รับสารนั้น ทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูง ก็จะมีความสนใจข่าวสารกว้างขวาง แต่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ ต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจึงเชื่อ หรือผู้มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อวิทยุกระจานเสียง วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ เป็นต้น (ถาวร แสงอำไพ, 2554)

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ภูมิหลังของครอบครัว และสถานภาพทางสังคมของบุคคล มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน ปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสาร โดยจากการวิจัยพบว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกันงานวิจัยของ ซึ่งศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารในสังคมอเมริกาพบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักเป็นผู้นิยมเปิดรับสื่อพิมพ์และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง เป็นต้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, หน้า 16)

ทั้งนี้ ในการแบ่งลักษณะทางลักษณะประชากรของบุคคลที่จะทำการสื่อสารจะส่วนให้ผู้สื่อสารเข้าใจผู้รับสารมากขึ้น เนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ และสถานภาพทางสังคม มีส่วนกำหนดให้บุคคลมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน การสื่อสารที่เลือกใช้จึงแตกต่างกันไป

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารที่บุคคลหนึ่งส่งข่าวสารไปยังผู้รับอีกคนหนึ่ง เป็นการที่ทำให้บุคคลทั้งคู่มีการตอบสนองซึ่งกันและกัน โดยแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการตีความสารที่ได้รับของบุคคล ซึ่งแบ่งได้เป็นหลายแนวคิดที่มีเนื้อหาแตกต่างกันออกไป รวมถึงแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรผู้รับสาร เป็นทฤษฎีที่จะช่วยให้ผู้ศึกษาเข้าใจถึงการเกิดทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลขึ้น รวมไปถึงช่วยให้เข้าใจในการปรับตัวของแต่ละบุคคลที่ทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จได้

3) การสื่อสารกลุ่ม (Group Communication) เป็นการสื่อสารของกลุ่มบุคคลจำนวนหนึ่ง ซึ่งสามารถสื่อสารเฉพาะหน้าระหว่างกันได้ และมีความสนใจหรือการแสดงออกร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยอาจเป็นการสื่อสารแบบหนึ่งต่อหนึ่งหรือแบบหนึ่งคนต่อหลายคน (จุฬาวิทยานุกรม, 2554) โดยจะแบ่งการสื่อสารกลุ่มออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ การสื่อสารแบบกลุ่มเล็ก (Small-Group Communication) และการสื่อสารแบบกลุ่มใหญ่ (Large-Group Communication) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2549) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1) การสื่อสารแบบกลุ่มเล็ก (Small-Group Communication) เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกจำนวน 3 คนขึ้นไป แต่ไม่มากจนเกินไป โดยสมาชิกทุกคนจะรู้จักกันอย่างทั่วถึง มีเป้าหมายเดียวกัน เป็นการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการแต่มีโครงสร้างชัดเจนมากกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลเล็กน้อย การรวมตัวกันของสมาชิกในกลุ่มเล็กอาจเกิดขึ้น ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง หรือเป็นการรวมตัวกันโดยอาศัยช่องทางการสื่อสารทางไกล ที่แต่สมาชิกในกลุ่มเล็กมีโอกาสเท่าเทียมกันในการมีส่วนร่วมกับกลุ่ม ทั้งในฐานะผู้พูดและผู้ฟัง ทุกคนในกลุ่มสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกทั้งหมดของกลุ่มได้ง่าย (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, 2554)

ทฤษฎีการสื่อสารแบบกลุ่มเล็กมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมากมาย ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกนำเสนอทฤษฎีหลักในการสื่อสารกลุ่มเล็กที่เกี่ยวข้องที่ถูกนำไปใช้ในวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ ที่แสดงความสัมพันธ์ของบุคคลในกลุ่ม ได้แก่ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม และแนวคิดทฤษฎีทางสังคม (จันทนา ทองประยูร, 2549) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1.1) ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) เป็นทฤษฎีการแลกเปลี่ยนที่พยายามอธิบายพฤติกรรมมนุษย์ โดยผสมผสานทฤษฎีจิตวิทยาพฤติกรรมและเศรษฐศาสตร์ ซึ่งอธิบายในลักษณะของรางวัล ต้นทุน กำไร และขาดทุน โดยกำไรเท่ากับรางวัลลบด้วยต้นทุน และตราบใดที่มีรางวัลมากกว่าต้นทุน ความสัมพันธ์ยังคงเป็นความดึงดูด เมื่อรางวัลมากกว่าต้นทุน หรือเมื่อสมาชิกในกลุ่มได้กำไร ความเป็นสมาชิกในกลุ่มยังคงดำรงต่อไป

3.1.2) แนวคิดทางสังคม (Social Thought) หมายถึง ความคิดของมนุษย์โดยมนุษย์และเพื่อมนุษย์ ความคิดที่มนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมา จะกระทำโดยคนเดียวหรือหลายคนก็ได้ กรณีที่คิดคนเดียวก็ต้องเป็นที่ยอมรับของผู้อื่นด้วย แม้ไม่ยอมรับทั้งหมดก็อาจยอมรับเพียงบางส่วน ทั้งนี้ แนวคิดทางสังคมยังเป็นความคิดเกี่ยวกับการสอบถามหรือแก้ปัญหาทางสังคมของบุคคลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นอดีตหรือปัจจุบัน เป็นการคิดร่วมกันของเพื่อนหรือผู้ที่อยู่ในความสัมพันธ์ เป็นความคิดของแต่ละคนและของกลุ่มคน ในเรื่องรอบตัวมนุษย์ ซึ่งมนุษย์ของสังคมแต่ละยุคแต่ละสมัยก็ต้องคิด เพื่อหาทางแก้ปัญหาหรือทำให้ปัญหาบรรเทาลง ความคิดความอ่านที่ได้ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาแล้ว และใช้การได้ดี ก็จะได้รับการเก็บรักษาสืบทอดจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง (จำนง อดิวัฒนสิทธิ์, 2540)

ทฤษฎีสังคม คือ คำอธิบายปรากฏการณ์สังคมอย่างใดอย่างหนึ่งตามหลักเหตุผล โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของปรากฏการณ์สังคมนั้น จนสามารถที่พยาการณ์ปรากฏการณ์สังคมในอนาคตได้ ทฤษฎีสังคมมีความหมายกว้างเป็นทฤษฎีของจิตวิทยา ซึ่งอาจหมายถึงเรื่องของคนแต่ละคนก็ได้หรืออาจหมายถึงทฤษฎีรัฐศาสตร์ ซึ่งเป็นเรื่องของอำนาจของคนหลายคนที่เกี่ยวข้องกัน หรืออาจหมายถึงทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ อันเป็นเรื่องของคนหลายคนกับวัตถุในการผลิตการจำหน่ายจ่ายแจกผลิตภัณฑ์และบริการในการอุปโภคบริโภคได้ และอาจเป็นทฤษฎีสังคมวิทยา เป็นเรื่องของรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์หรืออาจจะเป็นทฤษฎีของมานุษย์วิทยาเป็นเรื่องของคนที่มีแบบแผนการคิด การกระทำหรือวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมจึงคล้ายกับแนวคิดทางสังคม ที่เกี่ยวข้องกับคนและความสัมพันธ์ระหว่างคน รวมทั้งระหว่างคนกับสิ่งแวดล้อม แต่ก็มีความแตกต่างกันที่ทฤษฎีเป็นข้อความที่เป็นไปตามหลักเหตุผล มีระบบและพยากรณ์ปรากฏการณ์ในอนาคต (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2534)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า แนวคิดทางสังคม เป็นความคิดเกี่ยวกับการสอบถามหรือแก้ปัญหาทางสังคมของบุคคลต่าง ๆ เป็นการคิดร่วมกันของเพื่อนหรือผู้ที่อยู่ในความสัมพันธ์ เป็นความคิดของแต่ละคนและของกลุ่มคน ในเรื่องรอบตัวมนุษย์ ซึ่งมนุษย์ของสังคมแต่ละยุคแต่ละสมัยก็ต้องคิดเพื่อหาทางแก้ปัญหาและดำรงรักษาสิ่งที่คิดค้นขึ้นไว้ต่อไป ทั้งนี้ ทฤษฎีสังคม คือคำอธิบายปรากฏการณ์สังคมอย่างใดอย่างหนึ่งตามหลักเหตุผล มีความหมายกว้างเป็นทฤษฎีของจิตวิทยา อาจหมายถึงเรื่องของคนแต่ละคน หรืออาจหมายถึงทฤษฎีรัฐศาสตร์ ซึ่งเป็นเรื่องของอำนาจของคนหลายคนที่เกี่ยวข้องกัน ทฤษฎีทางสังคมจึงคล้ายกับแนวคิดทางสังคม ที่เกี่ยวข้องกับคนและความสัมพันธ์ระหว่างคนเป็นไปตามหลักเหตุผล มีระบบและพยากรณ์ปรากฏการณ์ในอนาคต

3.2) การสื่อสารกลุ่มใหญ่หรือการสื่อสารสาธารณะ (Large Group Communication) เป็นกลุ่มที่มีสมาชิกจำนวนมากจนไม่สามารถรู้จักกันได้อย่างทั่วถึง ลักษณะการสื่อสารจะเป็นไปในทางการอภิปราย การบรรยาย หรือการปาฐกถา ซึ่งการสื่อสารแบบกลุ่มใหญ่นี้ต้องมีหัวหน้าควบคุมการปฏิบัติงานอย่างเป็นทางการ (จุฬาวิทยานุกรม, 2554) อย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบการสื่อสารกลุ่มใหญ่กับการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารกลุ่มเล็ก จะเห็นได้ว่าการสื่อสารกลุ่มใหญ่มักเกิดขึ้นไม่บ่อยครั้งนัก เนื่องจากองค์กรอาจมีกิจกรรมเพียงบางอย่างที่จำเป็นต้องอาศัยการประสานความร่วมมือจากสมาชิกจำนวนมากจากหลากหลายฝ่ายพร้อมกัน และด้วยเหตุผลที่สำคัญคือเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ ๆ ช่วยให้การกระจายข่าวสารเป็นไปอย่างง่ายดาย รวดเร็ว รวมทั้งอาจมีความน่าสนใจและบรรลุเป้าหมายได้ไม่แพ้การสื่อสารแบบเผชิญหน้าในกลุ่มใหญ่ (รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ, 2554)

ในการสื่อสารกลุ่มใหญ่หรือการสื่อสารสาธารณะ ทฤษฎีสำคัญที่เกี่ยวข้องนี้ผู้วิจัยนำเสนอในส่วนของแนวคิดทฤษฎีที่ถูกนำไปใช้ในวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวกับการโน้มน้าวใจ ซึ่งมีรายละเอียดอยู่ในกลุ่มทฤษฎีการตอบสนองทางความคิดกล่าว (Cognitive-Response Theory) ซึ่งกล่าวถึงความนึกคิดภายในผู้รับสารและการโน้มน้าวใจ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2549) โดยมีรายละเอียดและองค์ประกอบดังนี้

3.2.1) ความนึกคิดภายใน (Internal Thought) การโน้มน้าวที่สำเร็จจะทำให้ผู้รับสารเกิดความคิดหรือการตอบสนองในทางที่ชอบ และทำให้เกิดพฤติกรรม ความรู้สึก หรือความคิดด้วย ซึ่งทฤษฎีนี้อธิบายถึงการที่บุคคลดึงความคิดที่โน้มน้าวออกมา แม้ว่าการโน้มน้าวไม่ได้อยู่ในสารที่ส่งออก

3.2.2) เส้นทางสู่การโน้มน้าวใจ (Routes to Persuasion) แบ่งได้ 2 วิธี ได้แก่ แก่น (Central) คือเส้นทางของเหตุผล และกระพี้ (Peripheral) เป็นเส้นทางของความรู้สึก โดยเส้นทางของแก่นเป็นเหตุผลที่โน้มน้าวใจในระยะยาวกว่าเส้นทางของความรู้สึก แต่สองเส้นทางนี้สำคัญต่อประสิทธิผลของการสื่อสารซึ่งสามารถนำมาใช้ร่วมกันให้เกิดผลต่อการโน้มน้าวใจมากยิ่งขึ้น

3.2.3) แบบจำลองการโน้มน้าวและการครุ่นคิด (Elaboration Likelihood Method, ELM) เป็นทฤษฎีที่เด่นในการโน้มน้าวสมัยใหม่ เนื่องจากในปัจจุบันบุคคลมีโอกาสไตร่ตรองน้อยลง เพราะสิ่งที่เป็นกระพี้ดึงความสนใจออกไป การที่ผู้รับสารตอบสนองทางความคิดมากเท่าไหร่ การเปลี่ยนแปลงยิ่งมีมากขึ้น อย่างไรก็ตามการโน้มน้าวอาจเกิดได้ทั้งเส้นทางแก่นและกระพี้ไปพร้อมกัน เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการครุ่นคิดมากขึ้น การตอบสนองของเส้นทางกระพี้จะดึงความสนใจของบุคคล และทำให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้มากขึ้น

3.2.4) กลยุทธ์ของผู้ส่งสาร คือการที่ผู้ส่งสารใช้กลยุทธ์เพื่อเสริมให้ผู้รับสารคิดเชิงบวก และทำให้เส้นทางของแก่นมีเหตุผลที่หนักแน่นมากขึ้นซึ่งสามารถทำให้สารเป็นที่จดจำได้ โดยเราต้องประเมินทัศนคติของผู้รับสารก่อนที่จะเลือกวางกลยุทธ์ที่จะทำการสื่อสารไปถึงผู้รับสาร

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารกลุ่มสามารถแบ่งได้เป็นการสื่อสารกลุ่มเล็กและการสื่อสารกลุ่มใหญ่ ซึ่งการจะแบ่งกลุ่มจะดูจำนวนของสมาชิกที่อยู่ในกลุ่ม ถ้าเป็นการสื่อสารในกลุ่มเล็กจะมีจำนวนสมาชิกตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป แต่ไม่มากจนเกินไป โดยสมาชิกทุกคนสามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้ง่ายกว่ากลุ่มใหญ่ที่มีสมาชิกจำนวนมากจนไม่สามารถมีปฏิสัมพันธ์กันได้อย่างทั่วถึง เน้นการสื่อสารแบบอภิปรายหรือบรรยายแทนการเผชิญหน้า โดยทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกลุ่มจะเป็นทฤษฎีที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ได้แก่ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม และแนวคิดทฤษฎีทางสังคม ซึ่งทฤษฎีทั้งหมดจะแสดงให้เห็นถึงการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในกลุ่มและการที่แต่ละบุคคลจะปฏิบัติตนอย่างไรให้คนในกลุ่มสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างราบรื่นผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กันในรูปแบบของการสื่อสารกลุ่ม นอกจากนี้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารกลุ่มใหญ่ จะเน้นให้ศึกษาถึงการโน้มน้าวใจบุคคลและการตอบสนองทางความคิด ซึ่งทฤษฎีเหล่านี้จะทำให้ผู้ศึกษาทราบถึงวิธีการที่สามารถทำให้คนกลุ่มใหญ่สามารถสื่อสารกันได้อย่างเข้าใจ ไม่เกิดการแตกแยกในการอยู่ร่วมกัน

4) การสื่อสารองค์กร (Organization Communication) คือ การสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกิดในบริบทองค์กร (Tubbs & Moss, 2000) องค์กรเป็นการรวมตัวกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีการแบ่งงานให้กับสมาชิกอย่างชัดเจนเพื่อทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่มีร่วมกัน องค์กรมี 2 ประเภท คือ องค์กรปฐมภูมิ (เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ) และองค์กรทุติยภูมิ (เกิดขึ้นด้วยบทบาทหน้าที่) หรือจะแบ่งเป็น องค์กรแบบเป็นทางการ (มีรูปแบบ) และองค์กรแบบไม่เป็นทางการ (ไม่มีรูปแบบ) การสื่อสารองค์กรเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์เพื่อพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพ (จุฬาวิทยานุกรม, 2554)

รูปแบบการสื่อสารองค์กรมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมากมาย ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกนำเสนอทฤษฎีหลักที่ถูกนำไปใช้ในวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ ได้แก่ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการและทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ ทฤษฎีปัจจัยภูมิคุ้มกันและแรงจูงใจ แนวคิดเชิงวัฒนธรรม แนวคิดเกี่ยวกับวิศัยทัศน์ และแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1) ทฤษฎีลำดับความต้องการและทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow’s Theory Motivation ปี 1970) อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์เรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด (อนิวัช แก้วจำนง, 2552) ดังนี้

1) ความต้องขั้นพื้นฐาน (Physiological Needs) เป็นความต้องการทางร่ายกาย เป็นความต้องการเพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ ได้แก่ อาหาร น้ำ ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค เป็นต้น

2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เกิดขึ้นหลังจากที่ความต้องการด้านร่างกายถูกตอบสนองแล้ว เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย ได้แก่ ต้องการสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยทั้งทางร่างกายและจิตใจ หรือต้องการความมั่นคงในการทำงาน เป็นต้น

3) ความต้องการทางสังคม (Social Needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคม

4) ความต้องการเกียรติยศชื่อเสียง (Esteem Needs) เป็นความต้องการให้ผู้อื่นยกย่องสรรเสริญให้ความความนับถือต่อตนเอง มีความภูมิใจในสถานะทางสังคม ต้องการชื่อเสียงและการยกย่องจากคนในสังคม

5) ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self–Actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ที่บุคคลต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จจากการใช้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่

ความต้องการของบุคคลจากทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการและทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow’s Theory Motivation) แสดงให้เห็นว่า มนุษย์พยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจแล้ว ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ดังนั้น เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองตามความต้องการแล้วจะทำให้สามารถเพิ่มประสิทธ์ภาพในการทำงานได้มากขึ้น

4.2) ทฤษฎีปัจจัยภูมิคุ้มกันและแรงจูงใจ พัฒนาโดย เฟรดริก (Frederick, 1959) โดยนำเสนอลักษณะการทำงานที่ทำให้พนักงานพึงพอใจและมีความสุขตลอดจนสามารถป้องกันไม่ให้พนักงานรู้สึกไม่พอใจและเป็นทุกข์ ซึ่งทฤษฎีนี้กระตุ้นให้ฝ่ายบริหารพยายามเพิ่มความท้าทายให้กับพนักงาน เช่นการเพิ่มความรับผิดชอบ เพื่อเป็นแรงจูงใจในการทำงานให้กับพนักงาน อีกทั้งการสื่อสารระหว่างฝ่ายบริหารและพนักงานเป็นเครื่องมือในการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยรูปแบบของการสื่อสารเป็นแบบแนวดิ่งและแนวราบ คือเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง และจากล่างขึ้นบนรวมถึงระหว่างพนักงานด้วยกัน (วันชัย ศกุนตนาค, 2555)

4.3) แนวคิดเชิงวัฒนธรรม สังเกตุว่าองค์กรเป็นวัฒนธรรมใหญ่ ซึ่งประกอบด้วยค่านิยมที่ซับซ้อน รวมถึงระบบสัญลักษณ์ และพฤติกรรมต่าง ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมขององค์กรนั้น ๆ แนวคิดนี้มีสองส่วน คือ มองว่าองค์กรควรมีวัฒนธรรมที่พึงประสงค์เป็นสูตรสำเร็จเพื่อที่จะได้ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกส่วนหนึ่งคือ การวิเคราะห์วัฒนธรรมที่มีอยู่จริงในองค์กรต่าง ๆ โดยวิเคราะห์จากสิ่งของเครื่องใช้ ค่านิยม และความเชื่อพื้นฐาน

4.4) แนวคิดเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ หมายถึง ภาพในอนาคตขององค์กรที่ผู้บริหารและสมาชิกขององค์กรร่วมกันจินตนาการขึ้นโดยมีพื้นฐานอยู่บนความจริงในปัจจุบัน เชื่อมโยงวัตถุประสงค์ ภารกิจ ค่านิยม และความเชื่อมั่นเข้าด้วยกัน พร้อมทั้งพรรณนาให้เห็นทิศทางของสถานศึกษาอย่างชัดเจน มีพลังท้าทาย ทะเยอทะยาน และมีความเป็นไปได้ (รุ่ง แก้วแดง, 2539, หน้า 129) วิสัยทัศน์จึงเป็นเสมือนพิมพ์เขียวของสภาพที่ต้องการเพื่อให้ทุกคนทำงานไปสู่ความสำเร็จในอนาคต วิสัยทัศน์ได้มาจากการวิเคราะห์ปัญหาขององค์กรบนพื้นฐานของข้อมูลที่มีอยู่ในปัจจุบันร่วมกับการระดมความคิดหาแนวทางแก้ปัญหานั้นเพื่อให้ได้มา ซึ่งองค์กรอันพึงประสงค์ในอนาคต (บัณฑิต แท่นพิทักษ์, 2540, หน้า 27) วิสัยทัศน์เป็นเรื่องของทุก ๆ คน แต่วิสัยทัศน์ไม่สามารถเกิดขึ้นกับทุกคนได้ หากไม่ได้รับการปลูกฝัง ไม่ได้รับการเรียนรู้จากสังคม (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2541, หน้า 65)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า วิสัยทัศน์ เป็นการวางแผนขององค์กรที่จะทำธุรกิจไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ เป็นการเชื่อมโยงวัตถุประสงค์ ภารกิจ ค่านิยม และความเชื่อมั่นเข้าด้วยกัน วิสัยทัศน์เป็นเหมือนแนวทางในการดำเนินงานเพื่อให้บุคคลในองค์กรดำเนินงานไปแนวทางเดียวกันเพื่อให้ทุกคนทำงานไปสู่ความสำเร็จในอนาคต

4.5) แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image) หมายถึง องค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีตอสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใด ๆ ที่คนเรามีตอสิ่งนั้นจะมีความเกี่ยวพันอยางสูงกับภาพลักษณของสิ่งนั้น (Kotler, 2000) ซึ่งภาพลักษณ์ยังหมายถึง ข้อเท็จจริงบวกกับการประเมินส่วนตัวที่กลายเป็นภาพฝังอยู่นความคิดของบุคคล อยู่ได้นานบากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งต่างจากสภาพความจริงได้ เพราะภาพลักษณ์ไม่ใช่เรื่องของข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการรับรู้ที่บุคคลนำความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปร่วมกับข้อเท็จจริง (เสรี วงษ์มณฑา, 2541, หน้า 13) อย่างไรก็ตามงานที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์จะเป็นงานที่มีส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ต่อหน่วยงานสถาบันหรือองค์กร ให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนเพื่อผลแห่งชื่อเสียง และความเชื่อศรัทธาจากประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบัน (วิรัช ลภิรัตนกุล, 2540, หน้า 81)

เมื่อบุคคลรับทราบเหตุการณ์ต่าง ๆ จากภายนอกมายังตนเอง เหตุการณ์ยังไม่สามารถสร้างเป็นภาพได้ทันที (พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร, 2537, หน้า 41-58) โดยภาพลักษณ์สามารถเกิดได้ 2 ประการ ได้แก่ การเกิดขึ้นโดยธรรมชาติและสิ่งแว้ดล้อมตามสภาพการณ์ โดยเกิดในช่วงเวลาต่าง ๆ ที่เป็นไปตามสภาแสดล้อมที่บุคคลคิดขึ้นเอง ไม่เป็นไปตามที่องค์กรปรารถนา และการเกิดขึ้นโดยการสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ตามที่องค์กรวางแผนไว้เพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่สำคัญบทบาทของผู้บริหารมีส่วนที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ต่อบุคคลได้อย่างชัดเจน (ดวงพร คำนูญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง, 2541, หน้า 62-63)

ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เมื่อองค์กรต่าง ๆ ได้รับความสนใจจากสาธารณะชนมากขึ้น ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้สังคมต่าง ๆ รับทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างกว้างขวาง ทุกคนมีส่วนในการแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจ ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีจะได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจ ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน (จุไรลักษณ์ จันทสีหราช, 2553)

ทั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์เป็นองค์รวมของความเชื่อของบุคคลที่มีต่อบริษัท โดยเกิดขึ้นได้ 2 แบบ คือเกิดขึ้นโดยธรรมชาติตามสภาพการณ์ของบุคคล หรือการเกิดขึ้นโดยการสร้างสรรค์ขององค์กร ภาพลักษณ์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดีจะได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจ ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารองค์กรเป็นการสื่อสารที่สมาชิกมีหน้าที่ที่ชัดเจน เพื่อปฏิบัติตามหน้าที่ของตนเองให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน โดยจะแบ่งเป็นองค์กรแบบเป็นทางการ และองค์กรแบบไม่เป็นทางการ ซึ่งการศึกษาถึงแนวคิดทฤษฎีของการสื่อสารองค์กร ได้แก่ ทฤษฎีการบริหารองค์กร แนวคิดการบริหารความสัมพันธ์ของมนุษย์ แนวคิดเชิงทรัพยากรมนุษย์ แนวคิดเชิงร่วมสมัย แนวคิดเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ และแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ (Image) ซึ่งทุกแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจะเน้นไปถึงการบริหารองค์กรในลักษณะที่แตกต่างกัน วัฒนธรรมองค์กร การบริหารทรัพยากรบุคคลขององค์กร การจัดการและสร้างความสัมพันธ์ให้กับสมาชิกในองค์กร รวมไปถึงศึกษาความต้องการของสมาชิกในองค์กร เพื่อเลือกใช้การสื่อสารให้สมาชิกสามารถทำงานให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้

5) การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นการสื่อสารซึ่งผู้ส่งสารอยู่ในรูปขององค์กร หน่วยงาน หรือสถาบันที่เชี่ยวชาญการใช้สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ในการส่งข่าวสารอย่างกว้างขวาง รวดเร็วไปยังผู้รับสารจำนวนมากซึ่งมีภูมิหลังที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดการรับรู้ความหมายของสารไปยังผู้รับสารมวลชน (สุรัตน ตรีสุกล, 2549) ซึ่งการสื่อสารมวลชนจะสร้าง

ผลลัพธ์มากมายต่อสังคม ทำให้มีทฤษฎีมากมายที่อธิบายเกี่ยวกับผลจากอิทธิพลของสื่อมวลชน ซึ่งการนำเสนอในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกนำเสนอแนวคิดทฤษฎีหลักที่ถูกนำไปใช้ในวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ ได้แก่ ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม กลุ่มทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยและการแพร่กระจายข่าวสารสู่สังคม กลุ่มทฤษฎีผลของการสื่อสารมวลชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1) ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility Theory) ทฤษฎีนี้พัฒนาขึ้นในสหรัฐอเมริกา ในศตวรรษที่ 20 โดยแนวความคิดในทฤษฎีนี้ สื่อมวลชนต้องยอมรับภาระหน้าที่ในการมีความรับผิดชอบต่อสังคมทางด้านเสรีภาพ โดยผู้มีสิทธิใช้สื่อมวลชนนั้นจะเป็นใครก็ได้ที่อยากแสดงออกบางสิ่งบางอย่าง ในทฤษฎีนี้ได้เปิดช่องทางให้ประชาชนผู้ไม่มีโอกาสเป็นเจ้าของสื่อมวลชนเนื่องจากต้องลงทุนสูง สามารถแสดงความคิดต่อสาธารณชนอย่างเท่าเทียมกัน (พีระ จิระโสภณ, 2549)

การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร คือการที่องค์กรปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามพันธสัญญาในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม เพื่อความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน สังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร WBCSD ในปี 1999 (Kotler & Lee, 2005) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ องค์กรเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Industrial Development Organization: UNIDO) ที่ให้ความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรไว้ว่า เป็นแนวคิดการจัดการที่มุ่งให้วิสาหกิจผสานการดำเนินธุรกิจกับความห่วงใยด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหลาย (อรรถการ สัตยพาณิชย์, 2552) และในปัจจุบันมีการกล่าวถึงความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างกว้างขวางในแวดวงธุรกิจ ทำให้มีการตื่นตัวว่าการทำกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลต่อภาพลักษณ์ของกิจการและอาจส่งผลต่อผลการดำเนินงานอีกด้วย

กลยุทธ์ความรับผิดชอบทางสังคม (Strategic Corporate Social Responsibility) เป็นการยกระดับจากการเป็นเพียงบรรษัทพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดจากกิจการ สู่การทำความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงรุก ที่องค์กรสามารถเริ่มกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยตัวเองให้แก่สังคมภายนอก ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กับความต้องการหรือการริเริ่มจากภายนอก วิธีการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์นี้ ไม่เพียงแต่สามารถปฏิบัติได้ตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับเท่านั้น แต่ยังมีการกำหนดจุดยืนที่เป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากแนวปฏิบัติขององค์กรอื่น ๆ มีการสร้างความแตกต่างในวิธีการ มีอิสรภาพในการคัดเลือกประเด็นทางสังคม ด้วยวิธีการที่แตกต่างและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมที่เหมาะสม ผลลัพธ์จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมภายใต้รูปแบบที่เป็นความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์นี้ จะทำให้เอื้อต่อการพัฒนาขีดความสามารถ

ทางการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว ก่อให้เกิดคุณค่าร่วมกันระหว่างธุรกิจขององค์กรและสังคม (ชุติมา วุ่นเจริญ, 2556)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นเรื่องที่องค์กรจำเป็นต้องใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน สังคม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กรให้มีความเจริญก้าวหน้า โดยกลยุทธ์สำคัญที่ใช้เป็นแนวทางต้องเลือกกลยุทธ์ที่แตกต่างและเหมาะสม ให้เอื้อต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและมีคุณค่าร่วระหว่างธุรกิจและสังคม

5.2) กลุ่มทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยและการแพร่กระจายข่าวสารสู่สังคม เป็นกลุ่มทฤษฎีที่เกี่ยวกับการกระจายข่าวสารจากสื่อมวลชนไปสู่สังคมทำให้เกิดการรับรู้ เรียนรู้ และยอมรับ โดยเริ่มจากลักษณะการกระจายสารตามแบบจำลองการสื่อสารมวลชน โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่ ทฤษฎีการไหลสองทอดของข่าวสาร ทฤษฎีการแพร่กระจายนวตกรรม และทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1) ทฤษฎีการไหลสองทอดของข่าวสาร เป็นข้อสมมติฐานเกี่ยวกับการไหลของข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังผู้รับสารในสังคม ซึ่งพบว่าไม่ได้ไปถึงผู้รับสารทั่วไปโดยตรง แต่ผ่านการถ่ายทอดของบุคคลที่เรียกว่าผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) การถ่ายทอดข่าวสารสื่อมวลชนจากผู้นำความคิดเห็นนี้เกิดขึ้นพร้อมกับการทำหน้าที่เป็นประตูข่าวสารและเป็นผู้มีอิทธิพลโน้มน้าวใจในเรื่องที่เกี่ยวกับข่าวสารนั้น

5.2.2) ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม เป็นการแพร่กระจายข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ที่เผยแพร่เข้าสู่หน่วยสังคม ก่อให้เกิดการรับรู้ เรียนรู้ ยอมรับ และนำไปใช้ปฏิบัติ ซึ่งในทางตรงข้ามอาจปฏิเสธนวัตกรรมนั้น ลักษณะการแพร่กระจายของนวัตกรรมสู่สังคมนี้ ได้ขยายความเข้าใจเกี่ยวกับการไหลของข่าวสาร 2 ทอดให้กว้างขึ้น กล่าวคือนอกจากจะอธิบายบทบาทของสื่อทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคลในการแพร่กระจายข่าวสารแล้วยังแสดงให้เห็นว่าการไหลหรือการแพร่กระจายนั้นมีลักษณะหลายทอด (Multi-Step Flow) ในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมนั้น โรเจอร์ส และชูเมคเกอร์ (Rogers & Shoemaker, 1971) แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นความรู้ (Knowledge) ขั้นการโน้มน้าวใจ (Persuasion) ขั้นการตัดสินใจ (Decision) ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) และขั้นการย้ำยืนยัน (Confirmation)

5.2.3) ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน เป็นแนวคิดเกี่ยวกับผลจากสื่อมวลชนในการกำหนดการรับรู้ว่าประเด็นอะไรเป็นเรื่องสำคัญในเวลานี้ โดยมีการชูประเด็นที่เป็นบทบาทของสื่อมวลชนช่วยเบนความสนใจให้หันเหไปทางใดทางหนึ่ง บางประเด็นที่สื่อมวลชนให้ความสนใจจะมีอิทธิพลที่ทำให้เราประเมินบุคคลหรือสถานการณ์โดยใช้มาตรฐานจากประเด็นที่รับรู้ผ่านสื่อมวลชนในขณะนั้นและมองข้ามประเด็นอื่น นอกจากนี้สื่อมวลชนอาจมีการกำหนดกรอบการรับรู้ของสื่อมวลชนในมิติของเนื้อหาและรูปแบบ วิธีการนำเสนอ หรือมิติ

ด้านความคิด (Cognitive) และมิติด้านความรู้สึก (Affective) ว่าจะนำเสนอความสนใจไปในหัวข้อใดประเด็นไหน เป็นต้น

5.3) กลุ่มทฤษฎีผลของการสื่อสารมวลชน เป็นกลุ่มทฤษฎีที่เกี่ยวกับผลจากข่าวสารของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับทั้งในระดับปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือระดับสังคมวัฒนธรรมนั้น โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของผู้รับสารกับผลของการสื่อสารมวลชน โดยมุ่งศึกษาบทบาทของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำกับสื่อมวลชน (Active Audience) โดยการแสวงหา เลือกสรร และประมวลข่าวสารจากการใช้สื่อมวลชนเพื่อให้ได้มาซึ่งข่าวสาร อย่างไรก็ตามสื่อมวลชนจึงไม่ได้เป็นเพียงฝ่ายเดียวที่จะกำหนดผลตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ของผู้ส่งสาร แต่ผู้รับสารมีส่วนร่วม และมีบทบาทที่สำคัญในการกำหนดผลลัพธ์ของข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดนี้ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรร แนวคิดเกี่ยวกับการประมวลข่าวสารในการรับสาร แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความไม่สอดคล้องทางความคิด และแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.3.1) แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรร เป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับสารแต่ละคนที่มักเลือกสนใจเปิดรับข่าวสารบางอย่างหรือเมินเฉยข่าวสารบางอย่าง เมื่อเปิดรับหรือให้ความสนใจในข่าวสารแล้ว แต่ละคนอาจมีมุมมองในการตีความข่าวสารต่างกัน นอกจากนี้แม้ว่าจะตีความหมายไปในทางเดียวกัน แต่ว่าแต่ละคนอาจมีความประทับใจในแต่ละส่วนของข่าวสารที่ได้รับต่างกัน มีการเลือกจดจำที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้น ผู้ส่งสารต้องมีความตระหนักในเรื่องนี้ เพื่อจะได้วางแผนการสื่อสารโดยพยายามขจัดการเลือกสรรของผู้รับสารเหล่านี้ไม่ให้มีหรือมีน้อยที่สุด เพื่อให้การสื่อสารบรรลุเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้

5.3.2) แนวคิดเกี่ยวกับการประมวลข่าวสารในการรับสาร มีขั้นตอนการประมวลข่าวสาร เป็น 12 ขั้นตอน ได้แก่ เปิดรับการสื่อสาร ให้ความเอาใจใส่กับข่าวสารนั้น เกิดความรู้สึกชอบหรือสนใจติดตาม เข้าใจหรือเกิดการเรียนรู้เนื้อหา เรียนรู้ทักษะหรือวิธีการในเรื่องนั้น ยอมคล้อยตามหรือเปลี่ยนทัศนคติตามนั้น จดจำเนื้อหาหรือสิ่งที่เห็นพ้องด้วย นำข่าวสารมาใช้ตัดสินใจจากข้อมูลพื้นฐานเหล่านั้น ปฏิบัติหรือแสดงพฤติกรรมตามแนวทางที่ตัดสินไป สร้างแรงเสริมสนับสนุนการกระทำนั้น และ สร้างการสนับสนุนร่วมมือต่อพฤติกรรมที่ได้กระทำลงไป ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวนี้สามารถนำไปใช้อธิบายการเปิดรับรู้ข่าวสารของผู้รับสาร โดยเฉพาะข่าวสารที่เป็นการโน้มน้าวชักจูงใจเพื่อให้เข้าใจว่ามีอะไรเกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนที่ซับซ้อนจนกว่าจะเกิดผลในทางปฏิบัติ (พีระ จิระโสภณ, 2548)

5.3.3) แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความไม่สอดคล้องทางความคิด มาจากทฤษฎีความสมดุลของไฮเดอร์ (Heider, 1946) ชี้ให้เห็นว่ามนุษย์รู้สึกไม่สบายใจ อึดอัดใจ และมีความกดดันหากเกิดความขัดแย้งภายในจิตใจ ดังนั้น พฤติกรรมในการรับข่าวสารของผู้รับสารมักจะเลือกรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง เพื่อหลีกเลี่ยงสภาวะที่ไม่สอดคล้องทางความคิด รวมทั้งในการตีความและจดจำข่าวสารมักจะมุ่งให้เกิดความสมดุลทางความคิดที่มีอยู่เดิม ดังนั้น หากมีข่าวสารใหม่หรือประสบการณ์ใหม่ที่ขัดแย้งกับความรู้ ความเข้าใจเดิม คนเรามักจะมีกระบวนการเลือกรับรู้และตีความเพื่อรักษาความสมดุล หรือไม่ก็อาจลดความน่าเชื่อถือของแหล่งสารลงไป และหากหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็อาจถึงขั้นเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรม (นูรีมา ลูเด็ง, 2549)

5.3.4) แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (The Uses and Gratifications Approach) นำมาเป็นแนวทางในการทำวิจัยอย่างกว้างขวาง โดยทฤษฎีแสดงให้เห็นพฤติกรรมการใช้สื่อเป็นสิ่งที่เกิดจากความเชื่อที่ผู้รับสารแต่ละคนมีต่อสื่อว่าเนื้อหาจากสิ่งนั้น ๆ จะมีคุณค่าในทางบวกหรือในทางลบต่อผู้รับสารคนนั้น จากแนวคิดนี้สามารถมองได้ในแง่ผลที่เกิดขึ้น (Effects) ของการสื่อสารมวลชนที่ผู้รับสารเป็นตัวกำหนด โดยแนวคิดนี้มักนำไปเปรียบเทียบกับทฤษฎีหน้าที่ของสื่อ (Functional Theory) ที่สื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดบทบาทต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งทฤษฎีหน้าที่นี้ถูกแย้งว่าการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนจะเกิดผลตามหน้าที่ (Functional) หรือไม่เป็นไปตามหน้าที่ (Dysfunctional) นั้นไม่ใช่สื่อกำหนดแต่ขึ้นอยู่กับการกำหนดของผู้รับสาร (ศิริวรรณ อนันต์โท, 2553)

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) เป็นการศึกษาในแง่จิตวิทยาสังคมทางด้านความเชื่อและความคิดเห็นส่วนบุคคล โดยที่บุคคลเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ในการสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2547) ซึ่งแนวคิดการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อ เน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร กล่าวคือ ตัวผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตน การศึกษาในแนวนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสาร เนื่องจากผู้รับสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ การสื่อสารจะสัมฤทธิ์ผลเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับการที่ผู้รับสารสามารถรับสารและเข้าใจในสารได้มากน้อยเพียงใด และการส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารเป็นสำคัญ (หน่วยบริการวิชาการ มศว, 2554) พฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 114) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสารหรือเปิดรับสาร (Goal Directed)

2) การใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ที่เลือกสรรมาแล้วเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง ไม่ใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอย หรือเป็นผลชักจูงใจจากผู้ส่งสารแต่เพียงอย่างเดียว

3) ความพึงพอใจในสื่อ เกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วเป็นอย่างต่อเนื่องในทางกลับกับผู้ส่งสารต่างหากที่ต้องแข่งขันกันเพื่อการบริการให้ประชาชนผู้รับสารพึงพอใจ ไม่ใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจจากการสื่อสารก่อนหน้านั้น

ดังนั้น บุคคลจะใช้สื่อเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจ และความต้องการส่วนตนโดยสามารถจำแนกความพึงพอใจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) 2) เพื่อการตัดสินใจ (Decision) 3) เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) และ 4) เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) (McCombs & Becker, 1979)

สามารสรุปแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจได้ว่า ผู้รับสารเป็นผู้เลือกหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนเอง สื่อมวลชนเป็นแค่เพียงตัวเลือกที่หลากหลายสำหรับผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารจะเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อใดนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการส่วนบุคคล หรือแรงจูงใจของตนเอง โดยในแต่ละบุคคลจะมีจุดมุ่งหมาย หรือความตั้งใจ เพื่อใช้ประโยชน์จากสื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อตนเองเป็นหลัก

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าการสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารไปยังประชาชนจำนวนมากในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ซึ่งประชาชนจะอยู่กระจัดกระจายทั่วไป โดยใช้สื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการสื่อสาร ทั้งนี้ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารมวลชนจึงเป็นการศึกษาถึง กลุ่มทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบริบททางสังคมของการสื่อสารมวลชน กลุ่มทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยและการแพร่กระจายข่าวสารสู่สังคม และกลุ่มทฤษฎีผลของการสื่อสารมวลชน โดยรายละเอียดจะเน้นไปที่หน้าที่ บรรทัดฐาน และการทำงานของสื่อมวลชน รวมไปถึงการแพร่กระจายข่าวสารของสื่อมวลชน อีกทั้งยังสามารถบอกผลที่เกิดขึ้นจากสื่อมวลชนทั้งด้านบวกและลบได้

จากการแบ่งประเภทของการสื่อสาร ทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงกระบวนการการสื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร โดยทุกทฤษฎีมีความสำคัญที่ทำให้เกิดการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆขึ้นมา และโดยส่วนมากจะเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวของกับความคิด ความรู้สึก และทัศนคติที่ส่งผลไปสู่พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารองค์กร และการสื่อสารมวลชนที่แตกต่างกัน ดังนั้น ในการแบ่งประเภทของการสื่อสารเป็นระดับจะช่วยทำให้ผู้วิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางเพื่อกำหนดตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านทฤษฎีที่

เกี่ยวข้อง ตัวแปรอิรสระและตัวแปรตามของวิทยานิพนธ์ทั้งหมด ก่อนกำหนดเป็นเครื่องมือเพื่อใช้สำหรับการสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมานในขั้นต่อไป

6) แนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารอื่น ๆ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวของกับการสื่อสารมวลชนที่ถูกนำมาใช้มากในหลักสูตรนิเทศศาสตร์และการสื่อสารที่กล่าวไปข้างต้นเป็นแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่ถูกนำไปใช้ในวิทยานิพนธ์ที่ผู้วิจัยนำมาสังเคราะห์เป็นแนวคิดที่จัดประเภทจากการแบ่งประเภทของการสื่อสาร อย่างไรก็ตามยังมีแนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารอื่น ๆ ที่ได้ถูกนำไปใช้อีก ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณา แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ แนวคิดเกี่ยวกับวารสารและนิตยสาร แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์ แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดแบบบูรณาการ แนวคิดกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า แนวคิดสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต และแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1) แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมนุษย์มีกระบวนการเลือกรับข่าวสารที่ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับ การเลือกสนใจ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำ (Klapper, 1960) โดยผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสารใดนั้นขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้รับสาร และความน่าสนใจของเนื้อหาข่าวสาร ซึ่ง ชแรมม์ (Schramm, 1973) ได้ให้เหตุผลว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสาร ส่งผลให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติและพฤติกรรมตามที่ผู้รับสารต้องการ (ดารณี ธัญญสิริ และอัญชุลี วงษ์บุญงาม, 2554) ทั้งนี้ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเป็นพฤติกรรมการสื่อสารอย่างหนึ่งที่จัดอยู่ในกลุ่มการเปิดรับสื่อ

เนื่องจาก การที่ผู้รับสารมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารแตกต่างไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างกัน โดยกระบวนการเลือกรับข่าวสาร หรือที่เรียกว่า กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) คือ กระบวนการในการกลั่นกรองข่าวสารของมนุษย์ ประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้ การเลือกรับร็หรือเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำ (ดนุพล อุ่นจินดามณี, 2545, หน้า 25-26) ซึ่งจะแตกต่างจากแนวคิดของแคลปเปอร์ในข้างต้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้ โดยบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ด้วยการแสวงหาข่าวสารตามความสนใจที่สอดคล้องกับทัศนคติของตนเองที่มีอยู่ก่อน ขณะเดียวกันก็จะพยายามหลักเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติของตนเอง เนื่องจากทำให้เกิดภาวะไม่สมดุลทางจิตใจขึ้น นอกจากทัศนคติแล้วยังมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ สถานภาพทางสังคม การศึกษา ความเชื่อ และอื่น ๆ ที่เป็นตัวกำหนดการเลือกเปิดรับข่าวสาร

2) การเลือกรับร์หรือเลือกตีความหมาย ซึ่งแต่ละบุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารชนิดเดียวกันผ่านสื่อมวลชนได้ไม่เหมือนกัน โดยบุคคลจะเลือกตีความตามความเข้าใจหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ แรงจูงใจ ฯลฯ โดยในบางครั้งอาจบิดเบือนข่าวสารในทิศทางที่ตนเองต้องการเพื่อให้สอดคล้องกับความคิดของตน ดังนั้น การที่บุคคลเลือกรับข่าวสารเดียวกันจะรับรู้และตีความข่าวสารได้แตกต่างกันไป

3) การเลือกจดจำ โดยบุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง ซึ่งความพร้อมในการจดจำสารจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลให้ความสนใจและพร้อมเข้าใจ ในขณะเดียวกันก็จะลืมข่าวสารที่ไม่สนใจจะรับรู้หรือไม่เห็นด้วยกับข่าวสารนั้น ๆ

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร เลือกรับรู้และจดจำของแต่ละบุคคล จะเลือกรับข่าวสารที่แต่ละคนให้ความสนใจ รวมถึงเลือกตีความให้สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง และพยายามหลีกเลี่ยงหรือปฏิเสธข่าวสารที่ตนเองไม่สนใจหรือขัดแย้งกับทัศนคติของแต่ละบุคคล

6.2) แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณา (Advertising) คือ รูปแบบของการเสนอใด ๆ ซึ่งต้องชำระเงินและผ่านสื่อที่มิใช้ตัวบุคคลการเสนอนี้เป็นการส่งเสริม เผยแพร่ความคิดเห็น สินค้า หรือบริการต่าง ๆ โดยผู้อุปถัมภ์ที่ระบุไว้ (วิรัช ลภิรัตนกุล, 2540, หน้า 14-15) โดยแนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของมอริส ไอ แมนเดลล์ ที่กล่าวว่า การโฆษณาถือเป็นรูปแบบการส่งเสริม (Promotion) โดยผ่านสื่อโฆษณาที่ไม่ใช่ตัวบุคคล และต้องชำระเงินค่าโฆษณาโดยมีผู้อุปถัมภ์ (Sponsor) ซึ่งการโฆษณานี้มีความหมายที่แตกต่างไปจากการส่งเสริมในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การขายโดยพนักงาน (Personal Selling) และการส่งเสริมการจำหน่าย (Sales Promotion) เป็นต้น (Mandell, 1984, p. 6) อีกทั้งการโฆษณาเป็นการสื่อสารมวลชนที่ไม่ใช่การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยมีจุดประสงค์เพื่อการชักจูงกลุ่มเป้าหมายในการคิดหรือการกระทำตามที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายจะให้ความเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารที่ผ่านการโฆษณาในระดับหนึ่ง (Chirs, 1995)

โฆษณา (Advertising) เป็นสื่อสร้างสรรค์ ที่ใช้เป็นสื่อกลางในการส่งข้อมูลหรือสารจากผู้โฆษณา ไปยังกลุ่มเป้าหมาย นักออกแบบสร้างสรรคง์านโฆษณาต้องถ่ายทอดข่าวสาร ข้อเท็จจริง ภาพลักษณ์เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยอาศัยเทคนิค วิธีการ และรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เพื่อดึงดูดสร้างความสนใจ สร้างทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือบริการ ซึ่งอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับเทคนิควิธีการนำเสนอที่ดี สามารถสร้างความเข้าใจ และสร้างการจดจำที่ฝังแน่นในความทรงจำของผู้บริโภค (เสรี วงษ์มณฑา, 2540) ในปัจจุบันเป็นยุคของการทำการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication: IMC) ยุคที่มีสื่อโฆษณาที่หลากหลาย และเข้าถึงผู้คนได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเห็นเป็น

ประจำทุกวันในฟรีทีวีในปัจจุบันโฆษณาได้กลายเป็นสื่อบันเทิงที่คนอยากจะดูมากขึ้น และภาพยนตร์โฆษณาบางเรื่องกลายเป็นสิ่งที่คนนำไปพูดถึงด้วยความประทับใจไปทั่วบ้านทั่วเมือง (Talk of The Town) สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความสำคัญมากในการให้ข้อมูลข่าวสารได้หลากหลาย สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่มและสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงทุกคนในบ้าน หรือแม้กระทั่งตามทั้งถนน ซึ่งมีขนาดและรูปแบบต่าง ๆ กันไป ตั้งแต่แบบป้ายธรรมดา ไปจนถึงจอภาพขนาดใหญ่ที่ฉายภาพเคลื่อนไหวสวยงามและสมจริง หรือในห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ ก็พบกับสื่อ ณ จุดขาย (Point of Purchase: P.O.P.) ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อชักจูง และโน้มน้าวให้เชื่อถือ และเลือกซื้อสินค้าหรือบริการในที่สุด จากการ ใช้สื่อที่เข้าถึงได้ง่ายและหลากหลาย ในปัจจุบันนักสร้างสรรค์งานโฆษณาต่างสรรหากลยุทธ์การสร้างสรรค์ โฆษณา (Creative Strategy) ให้เป็นสื่อที่คนอยากดูมากขึ้น และเป็นผลงานโฆษณาที่สามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ (พัชรี รุจิรัตนมณี, 2544)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณาเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง ที่เป็นการสื่อสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก เพื่อเป็นการแจ้งให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ กับผู้รับสาร หรือทางการตลาดเรียกว่า ผู้บริโภค อีกทั้งการใช้การโฆษณาเพื่อเป็นการชักจูงหรือโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้สินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งการใช้การโฆษณาสามารถควบคุมได้โดยผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่น ๆ ที่ไม่ใช่สื่อมวลชน โดยวัตถุประสงค์หลักของการโฆษณาคือเพื่อสร้างการระลึกและจดจำโฆษณาของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อโฆษณา เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ หรือทำให้เกิดพฤติกรรม และอาจหมายถึงการโฆษณามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อโดยโฆษณาเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคนั่นเอง

6.3) แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นคำติดปากที่มีการกล่าวอยู่เป็นประจำ จัดเป็นคำทั่วไปที่มีความหมายสมบูรณ์อยู่ภายในตัวเองอยู่แล้ว แต่เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน จึงมีการนิยามของคำว่าประชาสัมพันธ์เบื้องต้นไว้ โดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ระบุความหมายของคำว่า ประชาสัมพันธ์ คือ การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องต่อกัน ส่วนในศัพทานุกรมสื่อสารมวลชนของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (สนั่น ปัทมะทิน, 2520) ได้เขียนไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง กิจกรรมที่ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องตามแผนที่วางไว้เพื่อเสริมสร้างความเชื่อถือศรัทธาในตัวบุคคลและสถาบัน ในขณะที่หนังสือ The American Heritage Dictionary ได้ให้ความหมายการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า หมายถึงกิจกรรมภายใต้การดำเนินการขององค์กรเพื่อส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีกับสาธารณชน และในการประชุมของสมาคมประชาสัมพันธ์โลกครั้งแรก (The First World Assembly of Public Relations Association) ซึ่งมีสมาชิกจากประเทศต่าง ๆ มากกว่า 60 ประเทศ ได้มีการจำกัดความอันเป็นที่ยอมรับร่วมกันว่า การประชาสัมพันธ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ในการวิเคราะห์แนวโน้ม

การคาดหมาย เหตุการณ์ การปรึกษาหารือกับผู้นำขององค์กร เพื่อความสำเร็จในการวางแผนงานให้บรรลุความต้องการ ทั้งต่อตัวองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย (AHSC, 1985)

การประชาสัมพันธ์มีลักษณะเป็นกระบวนการ กล่าวคือมีการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนซึ่ง สก็อต เอ็ม คัทลิป และแอลเล็น เอช เซ็นเตอร์ ที่เป็นผู้มีอิทธิพล ต่อความคิดของนักวิชากรและนักประชาสัมพันธ์ทั่วไป โดยแบ่งการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ การค้นคว้าข้อมูลและการวิจัย การวางแผน การสื่อสาร และการประเมินผล ซึ่งการประชาสัมพันธ์ในกระบวนการดังกล่าวสามารถเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้ตลอดเวลา (Cutlip & Center, 1982)

ดังนั้น สามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการหรือกิจกรรมสื่อสารของสถาบันซึ่งมุ่งเสริมสร้างความสัมพันธ์ อันจะเป็นประโยชน์ต่อความร่วมมือและการสนับสนุนที่มีต่อกัน โดยอาศัยประชามติที่เกิดจากการศึกษาวิจัย แล้วนำมาจัดทำเป็นแบบแผนและทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่องกันไป ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวนี้เพื่อหวังผลระยะยาวในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบัน ให้อยู่ในความนิยมเลื่อมใสศรัทธาของประชาชน การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อสารประเภทหนึ่งที่ใช้เพื่อสื่อสารไปยังผู้บริโภค เป็นการใช้เพื่อบริหารธุรกิจ หรือเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งผู้ที่จะใช้การประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีทักษะทางด้านการสื่อสาร ทั้งการฟัง การพูด การเขียน และอื่น ๆ โดยมีขั้นตอนหรือกระบวนการในการประชาสัมพันธ์ 4 ขั้นตอน คือ การแสวงหาข่าวสารข้อมูล เพื่อนำไปวางแผนงานประชาสัมพันธ์ ก่อนนำแผนการนั้นไปทำการการสื่อสารประชาสัมพันธ์สู่กลุ่มเป้าหมาย และสุดท้ายต้องมีการประเมินผลการประชาสัมพันธ์ที่ได้ทำเพื่อเป็นการติดตามผลว่าการประชาสัมพันธ์นั้นมีประสิทธิภาพหรือไม่

6.4) แนวคิดเกี่ยวกับวารสารและนิตยสาร (Journal) หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ที่เจาะกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการ เฉพาะกลุ่มประชากรได้ดีกว่าหนังสือพิมพ์ มีความสำคัญด้านการให้ข้อมูลข่าวสารเชิงลึกและสาระบันเทิงที่หลากหลาย เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ออกเป็นประจำสัปดาห์ รายเดือน หรือรายอื่น ๆ อย่างไรก็ตามนิตยสารและวารสารมีลักษณะใกล้เคียงกันมาก โดยเนื้อหาของวารสารมีวัตถุประสงค์ที่ผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม ซึ่งอาจจัดเป็นนิตยสารเฉพาะกลุ่มประเภทหนึ่งก็ได้ (สถาบันการพลศึกษา, ม.ป.ป.) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ มนูญ แสงหิรัญ, สุรพล เทวอักษร และบัญญัติ จุลนาพันธ์ (2521) ที่กล่าวว่า นิตยสาร คือ สิ่งที่พิมพ์ที่เป็นรูปเล่มมีความแข็งแรง กะทัดรัด สวยงาม พิถีพิถันในการจัดทำ สามารถรับใช้ในการหยับอ่าน และเก็บรักษาได้ยาวนานกว่าหนังสือพิมพ์ มีกำหนดออกเป็นรายสัปดาห์ รายเดือน รายสองสามเดือน ซึ่งมีอยู่อย่างมากมายหลายประเภทในตลาดหนังสือ ฉะนั้นการใช้นิตยสารเป็นสื่อการโฆษณานับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นมากของวงการธุรกิจการค้า

การนำเสนอโฆษณาผ่านหน้านิตยสารสามารถสร้างความสนใจให้แก่ผู้อ่านได้เป็นอย่างดี มีการสร้างสรรค์ภาพที่สวยงาม สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้ง่าย มีอายุยืนคล้ายกับเป็นหนังสือเล่มหนึ่ง ทำให้มีระยะเวลาในการโฆษณานาน จำนวนของผู้อ่านมีมากกว่าจำนวนจำหน่ายของหนังสือ เพราะผู้อ่านมักส่งผ่านกันอ่าน ใช้ยกระดับของสินค้าที่ลงโฆษณาได้เพราะนิตยสารบางฉบับได้ชื่อว่าเป็นของคนชั้นสูง และอัตราค่าโฆษณาเมื่อเทียบกับสื่อโฆษณาอื่น ๆ แล้วถือว่าเป็นสื่อที่มีราคาต่ำกว่าสื่อในรูปแบบอื่น ๆ (อมราลักษณ์ วาทหงษ์, 2545)

รูปแบบของหน้าโฆษณาทางหน้านิตยสารที่ปรากฏโดยทั่วไปที่เราพบ มักเป็นภาพ 2 มิติ ธรรมดา ๆ ที่ประกอบด้วย ส่วนที่ไม่ใช่ภาพ (ข้อความ) และส่วนที่เป็นภาพ สำหรับหน้าโฆษณาในต่างประเทศเนื่องจากความได้เปรียบทางด้านความก้าวหน้าทางการพิมพ์และงบประมาณที่ใช้ในการทำโฆษณาทำให้สามารถที่จะใช้วิธีการแปลก ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านได้ โดยใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การฉีกหรือขูดเพื่อดมกลิ่นทำให้ผู้อ่านรู้สึกมีส่วนร่วม การใช้ Pop-Up เพื่อทำให้แปลกกว่าหน้าอื่น ๆ เป็นต้น อย่างไรก็ตามรูปแบบเหล่านี้ยังไม่เป็นที่แพร่หลายนัก เพราะฉะนั้นปัญหาของนักสร้างสรรค์โฆษณาจึงอยู่ที่ว่าจะทำอย่างไรให้หน้าโฆษณาของตนเป็นที่น่าสนใจ (พิพัฒน์ จิติมัชฌิมา, 2524)

นอกจากนี้ นักสร้างสรรค์โฆษณาต้องทำหน้าโฆษณาของตนเด่นเป็นที่น่าสนใจแล้ว หน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ โฆษณาชิ้นนั้น ๆ จะต้องขายสินค้าและบรรลุผลตามจุดมุ่งหมายที่ตั้งมาให้ได้ ซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก เพราะในการทำโฆษณาจริง ๆ แล้วจะมีข้อจำกัดมากมายเป็นตัวบีบความคิดไม่ให้เป็นอิสระนัก อีกทั้งการทำโฆษณาทางหน้านิตยสารจะมีความยากกว่าการโฆษณาแบบอื่น เพราะโดยปกติเมื่อคนเปิดนิตยสารอ่านนั้นเขาไม่มีความตั้งใจที่จะดูหน้าโฆษณาเท่ากับความตั้งใจที่จะอ่านบทความในนิตยสาร เพราะฉะนั้นผู้ที่คิดสร้างสรรค์งานโฆษณาจะต้องสร้างสิ่งที่น่าสนใจ เพื่อกระตุ้นให้ผู้อ่านเกิดความต้องการตามจุดมุ่งหมายทางการโฆษณาได้ในเวลาอันรวดเร็ว

ดังนั้น สามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับวารสารและนิตยสารว่าเป็นสื่อโฆษณาประเภทหนึ่งที่นิยมใช้ในการโฆษณามาก เนื่องจากให้ผลสำเร็จทางการโฆษณาสูง สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีราคาไม่แพงอีกด้วย และมีอายุของสื่อที่ยาวนาน ปัจจุบันการแข่งขันในการโฆษณาทางหน้านิตยสารจึงมีอัตราการเจริญเติบโตที่สูงมากขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งการโฆษณาทางหน้านิตยสารเป็นการทำโฆษณาที่ละเอียดอ่อนท้าทายความสามารถของผู้ทำโฆษณาอย่างหนึ่งในการที่จะนำเอาความรู้ความสามารถมาสร้างสรรค์เพื่อชักจูงใจ เสนอแนะแก่ผู้อ่าน ซึ่งจำเป็นที่นักโฆษณาต้องใช้ความละเอียดรอบคอบสูง และความคิดสร้างสรรค์ที่ดีเยี่ยมมารออกแบบหรือสร้างสรรค์หน้าโฆษณาให้ประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายนั้น เมื่อผู้สร้างสรรค์

ผลงานโฆษณาออกมาเป็นที่น่าพอใจแล้ว อย่างไรก็ตามนิตยสารก็เป็นส่วนสำคัญในการที่ทำจะให้การโฆษณานั้นบรรลุจุดประสงค์ เพื่อให้การโฆษณานั้นมีประสิทธิภาพ การออกแบบนิตยสารก็จะกลายเป็นส่วนช่วยเหลือเพื่อให้การโฆษณาประสบความสำเร็จ ซึ่งเมื่อใดที่โฆษณาประสบความสำเร็จก็จะส่งผลให้นิตยสารเหล่านั้นประสบความสำเร็จด้วยเช่นกัน

6.5) แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์ (Film and Movie) คือ เครื่องมือหนึ่งเพื่อใช้ในการสื่อสารที่สะท้อนภาพของสังคม และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศในทุกยุคทุกสมัย ภาพยนตร์เป็นสื่อเคลื่อนไหวที่สะท้อนภาพของเหตุการณ์ทางสังคม การเมือง และวัฒนธรรม (มาลินธราวิจัตรกุล, 2551) โดยภาพยนตร์ เป็นสื่อที่ที่มีการบันทึกภาพและเสียงซึ่งสามารถนำมาฉาย ให้เห็นเป็นภาพที่เคลื่อนไหวได้อยางต่อเนื่องแต่ไม่รวมถึงวีดิทัศน์ (ราชกิจจานุเบกษา, 2551) นอกจากนั้นกระทรวงวัฒนธรรมยังได้อธิบายความหมายของภาพยนตร์ว่า คือ การถ่ายทอดเรื่องราวต่าง ๆ ที่แสดงให้เห็นภาพเคลื่อนไหว โดยมีช่วงเวลาและสถานที่เข้ามาเกี่ยวข้องในช่วงเวลาที่จำกัด ซึ่งอาจเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง หรือเป็นการแสดงให้เหมือนจริง หรืออาจเป็นการแสดงและสร้างภาพจากจินตนาการของผู้สร้างก็ได้ เพื่อให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ร่วมไปกับภาพยนตร์ในขณะที่กำลังนั่งชม ภาพยนตร์ใช้กระบวนการบันทึกภาพด้วยฟิล์ม แล้วนำออกฉายในลักษณะที่แสดงให้เห็นภาพเคลื่อนไหว ภาพที่ปรากฏบนฟิล์มภาพนยตร์หลังจากผ่านกระบวนการถ่ายทำแล้วเป็นเพียงภาพนิ่งจำนวนมาก ที่มีอริยาบทหรือแสดงอาการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปทีละน้อยต่อเนื่องกันเป็นช่วง ๆ ตามเรื่องราวที่ได้รับการถ่ายทำและตัดต่อมา (กระทรวงวัฒนธรรม, 2551)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ภาพยนตร์เป็นวัสดุที่มีการบันทึกภาพเคลื่อนไหวและเสียงอย่างต่อเนื่อง เพื่อสะท้อนเหตุการณ์ทางสังคม การเมือง และวัฒนธรรมในแต่ละยุคสมัย ผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวตามจิตนาการของผู้สร้างซึ่งอาจจะอ้างอิงถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง ณ ช่วงเวลาหนึ่ง เป็นต้น

6.6) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication) เป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อการสื่อความหมาย สร้างความเข้าใจและการยอมรับระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค โดยมุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจัดเป็นเครื่องมือทางการตลาด (Marketing Tools) โดยใช้ร่วมกับเครื่องมือทางการตลาด อีก 3 อย่าง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) และการกระจายสินค้า (Place) ทำหน้าที่ตอบสนองผู้บริโภค ส่วนการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการทำหน้าที่ส่งข้อมูลของสินค้าและบริการเพื่อให้ผู้บริโภครู้จักและสนใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ รวมทั้งเป็นกระบวนการเพื่อการสื่อสารข้อมูลของสินค้าบริการไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจำเป็นต้องมีการศึกษาเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการตลาดต่าง ๆ ทั้งข้อดีและข้อเสีย จุดอ่อนและจุดแข็งของแต่ละเครื่องมือ และเลือกใช้เครื่องมือสื่อสาร ให้ได้เกิดประโยชน์สูงสุด

ดังนั้น การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจึงเป็นการบูรณาการศาสตร์ด้านการสื่อสาร และการตลาดเข้าด้วยกัน (ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร, 2547, หน้า 107) ทั้งนี้ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการจัดเป็นกิจกรรมที่ใช้สงเสริมการตลาดทุกชนิดมาร่วมกันเพื่อใช้ให้เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ไดแก การโฆษณาผานสื่อตาง ๆ การขายโดยพนักงานขายการสงเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ เพื่อนำมาผสมผสานกัน ใหเปนขาวเพื่อสงเสริมการตลาดที่มีลักษณะความเปนหนึ่งเดียว และมุงเน้นที่ลูกค้าโดยเฉพาะ (จิลมิกา เจริญทนัง, 2551)

บทบาทหน้าที่ที่สำคัญของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ คือ การชักชวนกลุ่มเป้าหมายด้วยการ ให้ข้อมูลเหตุผลจูงใจเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่มีต่อสินค้าและบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการขายมุ่งการสื่อสารที่เข้าถึงและสัมผัสถึงลูกค้า ด้วยการจัดการสื่อสารข้อมูลได้อย่างเข้าถึงทุกจุดสัมผัส โดยอาศัยการวางแผนและหาเครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมมาใช้นอกเหนือจากชักชวนกลุ่มเป้าหมายแล้วยังต้องคำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อสินค้าและบริการ ได้แก่ พนักงาน สื่อโฆษณาที่ใช้ พ่อค้าคนกลาง รวมไปถึงการทำงานของพนักงาน เป็นต้น (ณฐวัฒน์ คณารักสมบัต, 2557)

ความสามารถของการสื่อสารการตลาดในรูปแบบที่หลากหลาย สามารถแบ่งออก เป็น 2 ประเภท ได้แก่ แบบวางแผน (Planned Communication) และ แบบไม่วางแผน (Unplanned Communication) (Duncan, 2005) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) แบบวางแผน (Planned Communication) ได้แก่ การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการขายที่มุ่งให้เกิดผลกระทบทางการขายโดยเฉพาะ เป็นกิจกรรมที่มีการให้ข้อเสนอพิเศษต่อการซื้อสินค้า ในช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นกิจกรรมมุ่งสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่สินค้าและบริการ การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นกิจกรรมมุ่งสื่อสารเฉพาะกลุ่ม และมีการตอบกลับจากลูกค้าเป้าหมาย พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการใช้การสื่อสารผ่านตัวบุคคลเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสนใจซื้อ การสื่อสาร ณ จุดขาย (Point of Purchase) เป็นการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ณ จุดขาย โดยการใช้วัสดุสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ ติดไว้ เช่น โปสเตอร์ ธงราว สติ๊กเกอร์ การจัดหน้าร้าน เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ (Packaging) เป็นหีบห่อบรรจุสินค้าหรือแสดงสินค้าทำหน้าที่สื่อสาร สรรพคุณ วิธีการใช้ ผ่านฉลาก การออกแบบสีสัน จัดว่าเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดตัวสุดท้ายก่อนที่จะมีการตัดสินใจซื้อ ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Service) เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือใช้บริการ เป็นต้น

2) แบบไม่วางแผน (Unplanned Communication) ได้แก่ การขนส่งสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปสู่ผู้บริโภค พฤติกรรมการให้บริการของพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น สถานที่ เครื่องมือ เครื่องจักร อุปกรณ์ การบริการ ซึ่งสามารถสะท้อนถึงภาพพจน์ คุณภาพของสินค้าและบริการได้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อการสื่อความหมาย มุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจ โดยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการทำหน้าที่ส่งข้อมูลของสินค้าและบริการเพื่อให้ผู้บริโภครู้จัก และสนใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ รวมทั้งเป็นกระบวนการเพื่อการสื่อสารข้อมูลของสินค้าบริการไปสู่กลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จึงจัดเป็นกิจกรรมที่ใช้สงเสริมการตลาดทุกชนิดมาร่วมกันเพื่อใช้ให้เหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ไดแก การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ การขายโดยพนักงานขายการสงเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ เพื่อนำมาผสมผสานกัน ใหเปนขาวเพื่อสงเสริมการตลาดที่มีลักษณะความเปนหนึ่งเดียวกัน เป็นต้น

6.7) แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) เป็นกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดของกลุ่มเป้าหมาย (Kotler, 2000) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้อย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย และระบบการจัดจำหน่ายที่ได้มีการออกแบบมาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ (ธงชัย สันติวงษ์, 2540, หน้า 34) ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์, 2546, หน้า 53) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 17) ที่กล่าวว่า “ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัท ใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย หรือเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการติดต่อสื่อสารขององค์กร”

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) เป็นเครื่องมือที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546, หน้า 53-55) โดยมีรคายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย สิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราสินค้า บริการ และชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคลหรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่ตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่องค์กร หรือบุคคล

ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำ ให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

2) ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเอง ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจากผลิตภัณฑ์ (Product) ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์ กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อสินค้าเหล่านั้น

3) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึงโครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจาย ตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิดต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการองค์กรอาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication: IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขันโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรใช้ในการปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ทางการตลาดของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย และระบบการจัดจำหน่ายที่ได้มีการออกแบบมาเพื่อใช้สำหรับเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ และยังเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการติดต่อสื่อสารขององค์กร โดยแบ่งส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ4Ps) เป็นเครื่องมือที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

6.8) แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ชื่อ เงื่อนไข รูปลักษณ์ สัญลักษณ์ เครื่องหมายต่าง ๆ ที่รวมกันแล้วสามารถทำให้สินค้าแตกต่างไปจากสินค้าอื่น ๆ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) หรือหมายถึง ชื่อ (Name) คำ (Word) เครื่องหมาย (Sign) สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) หรือการผสมสิ่งดังกล่าวข้างต้น เพื่อชี้ให้เห็นว่าสินค้าและบริการของผู้ขายคืออะไรและมีความแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่งอย่างไร โดยตราสินค้าจะประกอบไปด้วย (Kotler, 2000 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์, 2552)

คุณค่าตราสินค้า หมายถึง องค์กรที่มีตราสินค้าในมุมมองของผู้บริโภค ในทางที่ดี มีมูลค่าให้กับผู้บริโภค (ปณิศา ลัญชานนท์, 2548) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2550) ที่ให้ความหมายของคุณค่าตราสินค้า หมายถึง ตราสินค้าขององค์กร มีมุมมองที่ดีในเชิงบวกในสายตาของผู้บริโภค โดยเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายการตลาดที่ต้องสร้างตราสินค้าให้มีคุณภาพให้ได้มากที่สุด

ความสัมพันธ์กับตราสินค้า หมายถึง ความสัมพันธ์ซึ่งเชื่อมโยงตราสินค้ากับความทรงจำของผู้บริโภค เช่น เมื่อจะซื้อสินค้าไทย ก็จะนึกถึงความประณีต พิถีพิถัน เป็นต้น ดังนั้น ตราสินค้าจึงมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคสามารถดึงข่าวเกี่ยวกับตราสินค้าออกมาจากความทรงจำ ทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากคู่แข่งขัน รวมทั้งทำให้ผู้บริโภคมีเหตุผลในการซื้อสินค้า โดยการสร้างทัศนคติเชิงบวกให้กับตราสินค้า การสร้างความสัมพันธ์กับตราสินค้าทำให้ผู้บริโภคเข้าใจในผลิตภัณฑ์ดียิ่งขึ้น (กิตติ สิริพัลลภ และศุภวรรณ จิระอร, 2541)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า คุณค่าตราสินค้า เป็นผลกระทบทางการตลาดที่เกิดจากความมีลักษณะเฉพาะตัวของตราสินค้าและเป็นคุณค่าเพิ่ม (Value Added) ที่ใส่เข้าไปในผลิตภัณฑ์ ซึ่งตราสินค้าทำให้เกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะคุณค่าตราสินค้าในสายตาของผู้บริโภคเป็นหลัก (เนตรนภา ชินะสกุลชัย, 2553) และการสร้างคุณค่าตราสินค้าให้เกิดขึ้นในจิตใจผู้บริโภคนั้นต้องทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าสินค้ามีความแตกต่างจากสินค้าอื่น จากนั้นเชื่อมโยงตราสินค้าเข้ากับความทรงจำของผู้บริโภค และเมื่อผู้บริโภคได้ใช้สินค้าและเกิดความพึงพอใจก็จะเกิดความภักดีต่อตราสินค้า

6.9) แนวคิดสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเตอร์เน็ต

1) สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง ช่องสารที่ทำให้แหล่งสารที่ประกอบด้วยบุคคลคนหนึ่งหรือบุคคลไม่กี่คนสามารถส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้ (เสถียร เชยประทับ, 2537, หน้า 17) สื่อมวลชนเป็นสื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมาก ได้อย่างรวดเร็วในระยะเวลาที่ใกล้เคียงกัน โดยทั่วไปแล้วสื่อที่เรียน

สื่อมวลชน ประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และเภาพยนตร์ เป็นต้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2540)

2) สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งโดยใช้การติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คนขึ้นไป ซึ่งเรียกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปทำการสื่อสารในลักษณะตัวต่อตัว โดยเมื่อคนหนึ่งที่ทำการส่งสาร คนอื่น ๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร และการสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถเกิดเป็นการสื่อสารแบบกลุ่มย่อยที่มีมากกว่า 2 คนขึ้นมารวมตัวกันเพื่อติดต่อสื่อสารกันโดยตรง (ปรมะ สตะเวทิน, 2541)

3) สื่อเฉพาะกิจ (Speciallzed Media) หมายถึง สื่อที่สร้างขึ้น ซื้อหรือเช่า โดยองค์กรใดองค์กรหนึ่งเพื่อใช้ประโยชน์ในการสื่อสาร หรือประชาสัมพันธ์องค์กรนั้นโดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจเป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่มีการพัฒนาเนื้อหาเพื่อใช้ประโยชน์เป็นเรื่อง ๆ ไป มีกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยการเจาะจง การผลิตไม่ยุ่งยาก การนำเสนอเนื้อหาเป็นอย่าง ๆ ง่าย ๆ (สมควร กวียะ, 2535) สื่อเฉพาะกิจมีความสำคัญต่อการสื่อสาร เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวโดยเฉพาะ มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Adams, 1971 อ้างใน เกศราภรณ์ สืบสุรีย์กุล, 2544)

4) สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นสื่อใหม่ที่มีศักยภาพในการสื่อสารและมีเอกลักษณ์พิเศษที่ต่างจากสื่ออื่น ๆ ทั่วไป มีคุณสมบัติของความเป็นสื่อเพื่อใช้ในการเป็นเครื่องมือสื่อสาร อีกทั้งยังเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้เพื่อค้นคว้าหาข่าวสาร ความรู้ การศึกษา เทคโนโลยี รวมถึงสามารถใช้สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (อดิศักดิ์ อนันนับ, 2540, หน้า 2-3)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า สื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเตอร์เน็ต เป็นการนำเอาแนวคิดในเรื่องคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภทมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์กับการสื่อสาร ซึ่งการจะเลือกใช้สื่อใดควรคำนึงถึงผู้รับสารและกลุ่มเป้าหมายว่าสื่อใดมีความเหมาะสมและสามารถเข้าถึงผู้รับสารเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

6.10) แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation) มีรากศัพท์มาจาก Innovare ในภาษาลาติน แปลว่า ทำสิ่งใหม่ขึ้นมาโดยใช้ความสามารถในการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการ มาพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ หรือบริการใหม่ ซึ่งตอบสนองความต้องการของตลาดความหมายของนวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์คือ การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่ แล้วมาใช้ใน

รูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือก็คือ การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม (ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาระบบราชการไทย, 2551) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กิดานันท์ มลิทอง (2543, หน้า 245) ที่กล่าวว่า “นวัตกรรมเป็นแนวความคิด การปฏิบัติหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อนหรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงจากของเดิมที่มีอยู่แล้วให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิม ทั้งยังช่วยประหยัดเวลาและแรงงานได้ด้วย”

การแพร่กระจายนวัตกรรม เป็นการแพร่กระจายข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ที่เผยแพร่เข้าสู่หน่วยสังคม ก่อให้เกิดการรับรู้ เรียนรู้ ยอมรับ และนำไปใช้ปฏิบัติ ซึ่งในทางตรงข้ามอาจปฏิเสธนวัตกรรมนั้น ลักษณะการแพร่กระจายของนวัตกรรมสู่สังคมนี้ได้ขยายความเข้าใจเกี่ยวกับการไหลของข่าวสาร 2 ทอดให้กว้างขึ้น กล่าวคือนอกจากจะอธิบายบทบาทของสื่อทั้งสื่อมวลชนและสื่อบุคคลในการแพร่กระจายข่าวสาร แล้วยังแสดงให้เห็นว่าการไหลหรือการแพร่กระจายนั้นมีลักษณะหลายทอด (Multi-Step Flow) ในกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมนั้นแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นความรู้ (Knowledge) ขั้นการโน้มน้าวใจ (Persuasion) ขั้นการตัดสินใจ (Decision) ขั้นการนำไปใช้ (Implementation) และขั้นการย้ำยืนยัน (Confirmation) (Rogers & Shoemaker, 1971) เป็นต้น

สามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรม คือการสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมาโดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีมาพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม โดยใช้การแพร่กระจายนวัตกรรม เป็นการแพร่กระจายข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ที่เผยแพร่เข้าสู่หน่วยสังคม ก่อให้เกิดการรับรู้ เรียนรู้ ยอมรับ และนำไปใช้ปฏิบัติ ซึ่งแบ่งกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรมเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นความรู้ ขั้นการโน้มน้าวใจ ขั้นการตัดสินใจ ขั้นการนำไปใช้ และขั้นการย้ำยืนยัน เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารในข้างต้น เป็นเพียงแนวคิดทฤษฎีส่วนหนึ่งที่ถูกนำไปใช้ในวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตที่ผู้วิจัยนำมาสังเคราะห์ โดยจะแบ่งสาระสำคัญในการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนแรกเป็นส่วนที่ทำการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเพื่อให้ทราบถึงความหมาย กระบวนการสื่อสาร และประเภทของการสื่อสาร โดยได้นำความรู้ที่ได้ไปจัดระดับประเภทของการสื่อสารเพื่อให้สะดวกต่อการนำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้สังเคราะห์วิทยานิพนธ์ ได้แก่ เครื่องมือประเภทแบบบันทึกคุณลักษณะของงานวิจัย ในส่วนของคำถามทางด้านแนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจากการศึกษาทำให้สามารถนำแนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์

และการสื่อสารที่ถูกใช้ในวิทยานิพนธ์ต่าง ๆ ที่มีจำนวนมากทำให้ยากต่อการสังเคราะห์ สามารถนำไปจัดเป็นกลุ่มซึ่งสะดวกต่อการศึกษา โดยมีการนำแนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารไปจัดกลุ่มว่าแต่ละแนวคิดทฤษฎีนั้นควรอยู่ในประเภทของการสื่อสารในระดับใด ซึ่งสามารถจัดรวมแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องรวมเป็นกลุ่มทฤษฎี 6 ประเภท ได้แก่ การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่ม การสื่อสารองค์กร การสื่อสารมวลชน และแนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารอื่น ๆ เป็นต้น และส่วนที่สอง เป็นการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารเพื่อ นำสาระที่ได้จากแนวคิดทฤษฎีไปใช้อ้างอิงกับผลวิจัยที่ได้จากการสังเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์อภิมานในครั้งนี้

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย (Synthesis of Research)

การนำเสนอเนื้อหาในขั้นตอนนี้แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ประกอบไปด้วย 1) ความสำคัญของการสังเคราะห์งานวิจัย 2) ความหมายของการสังเคราะห์งานวิจัย 3) ประเภทของการสังเคราะห์งานวิจัย 4) รูปแบบของการสังเคราะห์งานวิจัย และ 5) แนวทางการสังเคราะห์งานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 ความสำคัญของการสังเคราะห์งานวิจัย

การสังเคราะห์งานวิจัยมีความสำคัญเนื่องจาก มีข้อกำหนดทางการวิจัยที่กำหนดให้ต้องสะสมความรู้จากงานวิจัยในอดีตและเชื่อมโยงความรู้ในอดีตกับความรู้ที่ได้ใหม่จากการวิจัยเข้าด้วยกัน ซึ่งข้อกำหนดดังกล่าวจึงทำให้นักวิจัยจำนวนมากสนใจที่ทำการสังเคราะห์งานวิจัย (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545) ทั้งนี้ การสังเคราะห์งานวิจัยในอดีตจึงช่วยให้ได้องค์ความรู้ใหม่ และทำให้สามารถแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น ทำให้ได้ผลวิจัยที่น่าเชื่อถือมากกว่าเดิม

การสังเคราะห์งานวิจัยมีความสำคัญ เพราะจะได้เชื่อมโยงความรู้จากงานวิจัยในอดีตกับงานวิจัยที่ทำใหม่ และเป็นบทสรุปองค์ความรู้เหล่านั้นซึ่งช่วยประหยัดเวลาในการค้นคว้ากับนักวิจัยรุ่นหลัง (มะยูตี ดือรามะ, 2547)

ในปัจจุบันมีงานวิจัยต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นอย่างมากมายและรวดเร็ว ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ศึกษาถึงปัญหาวิจัยเดียวกัน มีรูปแบบวิธีวิจัยที่คล้ายกัน ต่างกันแค่เพียงกลุ่มตัวอย่างหรืออื่น ๆ ซึ่งผลวิจัยที่ได้มีทั้งสอดคล้องกันและขัดแย้งกัน ผู้ที่ต้องการนำผลวิจัยที่ไปใช้จึงเกิดความสับสนและไม่สามารถหาข้อสรุปที่ชัดเจนได้ (วิชัย แหวนเพชร, อริยฉัตร ศอกจะบก, ยุทธนา กาฬสิงห์ และพรพงศ์ เอกพิชญานนท์, 2554)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าการสังเคราะห์งานวิจัยมีความสำคัญเนื่องจาก เป็นรูปแบบการวิจัยที่สามารถเชื่อมโยงความรู้ที่ได้ในอดีตเข้ากับปัจจุบัน อีกทั้งยังช่วยทำให้ได้ผลการวิจัยที่เป็นข้อสรุปได้อย่างเป็นระบบ มีความเที่ยงตรงสามารถเชื่อถือได้ สามารถนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อได้ และการสังเคราะห์งานวิจัยยังสามารถช่วยให้นักวิจัยรุ่นใหม่สามารถค้นคว้าหาข้อมูลในหัวข้อที่ผ่านการสังเคราะห์แล้วได้สะดวกมากขึ้น

2.2.2 ความหมายของการสังเคราะห์งานวิจัย

การสังเคราะห์ (Synthesis) คือ การผสมผสานรวมกันอย่างกลมกลืนของส่วนประกอบต่าง ๆ จนกลายเป็นสิ่งใหม่ที่มีเอกลักษณ์และมีคุณสมบัติเฉพาะที่แตกต่างไปจากเดิมที่มีอยู่ (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2549)

การสังเคราะห์ หมายถึง การนำส่วนย่อยมาประกอบเข้าด้วยกันจนเกิดสิ่งใหม่ขึ้น เช่น การสร้างทฤษฎีใหม่ โดยการเชื่อมโยงทฤษฎีเก่าเข้าด้วยกัน (อุทุมพร จามรมาน, 2531, หน้า 1)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าการสังเคราะห์ คือกระบวนการในการนำปัจจัยหรือองค์ประกอบต่าง ๆ ตั้งแต่สองปัจจัยขึ้นไป มาผสมผสานรวมกันจนเกิดเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่มีความแตกต่างไปจากเดิม ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ที่เข้ามาสู่กระบวนการในการสังเคราะห์นั้น บางปัจจัยอาจผ่านหรือยังไม่ได้ผ่านการวิเคราะห์มาก่อน แต่เมื่อเข้าสู่กระบวนการสังเคราะห์แล้วจะทำให้มีการผสานความคิดต่าง ๆ ที่มีให้กลายเป็นองค์รวมที่ซับซ้อนขึ้น และการสังเคราะห์จะทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่ทำหน้าที่อีกหน้าที่หนึ่งที่มีคุณสมบัติใหม่ที่เฉพาะเจาะจง

ในปัจจุบันได้มีการนำการรูปแบบวิธีการสังเคราะห์ไปใช้กับการวิจัยมากขึ้น เพราะปัญหาวิจัยในปัจจุบันมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน อีกทั้งยังเพิ่มความซับซ้อนมากขึ้น เมื่อผู้วิจัยมีความจำเป็นที่จะต้องหาคำตอบที่น่าเชื่อถือของปัญหาวิจัยที่เกิดขึ้น จึงเป็นเหตุผลให้เกิดวิธีการสังเคราะห์งานวิจัยขึ้น การสังเคราะห์งานวิจัยเป็นอีกหนึ่งวิธีที่สามารถตอบปัญหาที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาได้

การสังเคราะห์งานวิจัย (Research Synthesis or Research Integration) คือ การศึกษาข้อเท็จจริงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อตอบปัญหาใดปัญหาหนึ่ง โดยการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น ๆ หลาย ๆ เล่ม มาจัดเป็นหมวดหมู่ และนำเสนออย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้ความรู้ใหม่ (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2549, หน้า 4)

การสังเคราะห์งานวิจัยยังเป็นระเบียบวิธีการศึกษาหาข้อเท็จจริง เพื่อตอบปัญหาใดปัญหาหนึ่งโดยการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องเดียวกันหรือหลายเรื่องมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติหรือวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาให้ได้เป็นข้อสรุปของผลการวิจัยเกี่ยวกับเรื่องที่ต้องสังเคราะห์ เพื่อให้ได้คำตอบปัญหาที่เป็นข้อยุติ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

การสังเคราะห์งานวิจัย หมายถึง การศึกษารายงานจำนวนมากที่ศึกษาปัญหาวิจัยเดียวกัน โดยวิธีทางสถิติเพื่อสรุปผลการวิจัย และ สรุปความคล้ายคลึงหรือความแตกต่างระหว่างงานวิจัยแต่ละเรื่อง เพื่ออธิบายถึงที่มาของความแตกต่างเหล่านั้น รวมทั้งให้องค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง (อุทุมพร จามรมาน, 2531)

ดังนั้น จากความหมายในข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การสังเคราะห์งานวิจัยเป็นระเบียบวิธีการศึกษาหาข้อเท็จจริงเพื่อตอบปัญหาวิจัยที่ตั้งไว้ โดยจะผ่านการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ที่ศึกษาปัญหาวิจัยเหมือนกันจำนวนหลาย ๆ เล่ม หรือการศึกษาปัญหาวิจัยเรื่องเดียวกันหรือหลายเรื่อง แล้วนำมาจัดเป็นหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติหรือการวิเคราะห์เนื้อหาในส่วนต่าง ๆ เพื่อให้ได้คำตอบปัญหาที่เป็นข้อยุติ และเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่เป็นความรู้ใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมสามารถอธิบายถึงที่มาของความแตกต่างเหล่านั้น และนำความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่ไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป

การสังเคราะห์งานวิจัย แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับนำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสังเคราะห์จนเกิดความรู้ในหัวข้อนั้น ๆ เรียกว่าการวิเคราะห์แบบเมต้า (Meta Analysis) ระดับที่นำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสังเคราะห์และเกิดเป็นสาขาใหม่เรียกว่า การวิเคราะห์เมกะ (Mega Analysis) และระดับที่นำสาขาที่เกี่ยวข้องมาสังเคราะห์เรียกว่า การวิเคราะห์ระดับสูง (Super Analysis) (อุทุมพร จามรมาน, 2531, หน้า 1)

2.2.3 ประเภทของการสังเคราะห์งานวิจัย

การสังเคราะห์งานวิจัยสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ การสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะ (Qualitative Synthesis) และการสังเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Synthesis)

การสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะหรือการสังเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Synthesis) คือการรวบรวมงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ศึกษาปัญหาวิจัยเดียวกันมาสรุปและเปรียบเทียบผลการวิจัยที่เหมือนหรือต่างกันโดยวิธีเชิงคุณภาพ ซึ่งข้อสรุปที่ได้จะขึ้นอยู่กับการจับประเด็นหรือมุ่งความสนใจของผู้สังเคราะห์ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยในลักษณะการเขียนบรรยายสรุป จัดเรียงหมวดหมู่ของข้อค้นพบที่ได้จากงานวิจัยแต่ละเรื่องโดยบรรยายให้เห็นความสัมพันธ์หรือความขัดแย้งของผลวิจัย (จิรพรรณ บุญสูง, 2545) นอกจากนี้ การสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะยังเป็นการนำงานวิจัยมาสรุปเข้าด้วยกัน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นเทคนิคที่พยายามบรรยายเนื้อหาของข้อความหรือเอกสาร โดยใช้วิธีการเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ เช่น การนับจำนวนของถ้อยคำประโยคหรือใจความในเอกสาร และจะเน้นที่เนื้อหาตามที่ปรากฏในข้อความ ซึ่งผู้สังเคราะห์งานวิจัยต้องไม่มีความรู้สึกของตัวเองเข้าไปเกี่ยวข้อง ไม่เน้นการตีความหรือหาความหมายที่ซ่อนอยู่เบื้องหลัง สำหรับนักวิจัยบางคนถือว่าการวิเคราะห์เนื้อหาอาจ

ไม่จำเป็นต้องใช้วิธีการเชิงปริมาณก็ได้ เพียงแต่ให้ระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความอย่างมีระบบ มีความเป็นวัตถุวิสัย และอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี (สุรางค์ จันทวานิช, 2531) เป็นต้น

สรุปได้ว่าการสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะ หรือการสังเคราะห์เชิงคุณภาพ เป็นการนำงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีปัญหาวิจัยเดียวกัน มาวิเคราะห์เนื้อหาก่อนนำมาสรุปและเปรียบเทียบผลวิจัยที่มีความเหมือนกันหรือแตกต่างกัน โดยอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี และที่สำคัญผู้สังเคราะห์งานวิจัยต้องไม่ใส่อคติเข้าไปในงานวิจัยที่สังเคราะห์ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่น่าเชื่อถือและผลการสังเคราะห์ที่มีคุณภาพ

การสังเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Synthesis) เป็นการวิเคราะห์ตัวเลขหรือค่าสถิติที่ปรากฏในงานวิจัยทั้งหลาย การสังเคราะห์เชิงปริมาณเป็นการวิเคราะห์ผลวิเคราะห์ (Analysis of Analysis) หรือการวิเคราะห์เชิงผสมผสาน (Intigrative Analysis) หรือการวิจัยงานวิจัย (Research of Research) (สุนทรา โตบัว, 2555) โดยการสังเคราะห์เชิงปริมาณ คือการนำผลการวิจัยจากงานวิจัยแต่ละเรื่องนำมาสังเคราะห์กัน ซึ่งการสังเคราะห์เชิงปริมาณจะทำให้เกิดข้อสรุปใหม่ และผลการสังเคราะห์เชิงปริมาณจึงสอดคล้องกันไม่ว่าจะมีผู้สังเคราะห์กี่คนก็ตาม และเนื่องจากงานวิจัยที่มีจำนวนมากขึ้น นักวิจัยจึงได้ปรับปรุงการสังเคราะห์งานวิจัยให้มีระบบและมีความเป็นปรนัยมากขึ้น โดยใช้สถิติวิเคราะห์มาใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัย (สุรางค์ จันทวานิช, 2531) และการสังเคราะห์เชิงปริมาณจึงเป็นการใช้ระเบียบวิธีทางสถิติมาวิเคราะห์ผลการวิจัยเพื่อหาข้อสรุปที่ยุติปัญหาที่ขัดแย้งกันได้ โดยงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ต้องเป็นงานปริมาณที่มีค่าสถิติเพียงพอต่อการนำมาสังเคราะห์ (จิรพรรณ บุญสูง, 2545)

สรุปได้ว่าการสังเคราะห์เชิงปริมาณเป็นการสังเคราะห์ผลการวิจัย โดยใช้กระบวนการที่มีระบบ มีความเป็นปรนัย โดยการวิเคราะห์ตัวเลขหรือค่าสถิติที่ปรากฏในงานวิจัยที่วัดออกมาในรูปดัชนีมาตรฐาน ทำให้ได้ผลวิจัยที่ถูกต้องน่าเชื่อถือทำให้เกิดข้อสรุปใหม่ และผลการสังเคราะห์จะสอดคล้องกันไม่ว่าจะมีผู้สังเคราะห์กี่คนก็ตาม โดยทางสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2552) สามารถสรุปการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณเป็น 5 รูปแบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.4 รูปแบบของการสังเคราะห์งานวิจัย

การสังเคราะห์งานวิจัยแบบที่ 1 คือ การสังเคราะห์งานวิจัยจากการนับความถี่ของผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ เป็นการนำงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์มาจัดแยกเป็นกลุ่ม คือกลุ่มที่มีนัยสำคัญทางสถิติและค่าสถิติเป็นบวก กลุ่มที่มีนัยสำคัญทางสถิติและค่าสถิติเป็นบวกลบ และกลุ่มที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จากนั้นจึงสังเคราะห์จากการนับความถี่ของงานวิจัยแต่ละกลุ่ม เป็นต้น ซึ่งการสังเคราะห์งานวิจัยแบบนับคะแนนเสียงนี้ สุวิมล สถิระนาคะภูมินทร์ และวิรัตน์ ธรรมาภรณ์ (2542) ได้เลือกใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัยในหัวข้อการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษาของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ ที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนระหว่างปีการศึกษา 2527-

2541 อย่างไรก็ตาม การสังเคราะห์วิธีนี้ ไม่สามารถทราบค่าขนาดอิทธิพลได้ ทำให้ต้องใช้วิธีวิเคราะห์อภิมานเข้ามาช่วยเพื่อหาค่าขนาดอิทธิพล ซึ่งผลจากงานวิจัยที่กล่าวมาถึงประเด็นในการเลือกใช้วิธีนับความถี่หรือคะแนนเสียง ทำให้มองเห็นถึงจุดอ่อนที่สำคัญของวิธีนับคะแนนเสียงแบบเดิม เนื่องจากเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยที่ให้ความสำคัญกับตัวแปรจัดกระทำที่มีนัยสำคัญทางสถิติเท่านั้น แต่ไม่สามารถทราบค่าขนาดอิทธิพลว่ามากหรือน้อยเพียงใด (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2551)

การสังเคราะห์งานวิจัยแบบที่ 2 คือ การหาระดับนัยสำคัญจากผลการนับคะแนน เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยโดยการหาระดับนัยสำคัญจากผลการนับคะแนนเสียง เป็นวิธีที่ใช้หลักทางสถิติว่าเมื่อสมมติฐานศูนย์เป็นจริง หรือ พารามิเตอร์ขนาดอิทธิพลศูนย์ โดยนักสังเคราะห์งานวิจัยจะนำสัดส่วนงานวิจัยที่มีค่าความน่าจะเป็นเกิน 0.50 มาทดสอบสมมติฐานว่าเกินกว่าค่าที่กำหนดหรือไม่ โดยการทดสอบไบโนเมียล หรือการทดสอบไคสแควร์ เป็นต้น

การสังเคราะห์งานวิจัยแบบที่ 3 คือ การประมาณค่าขนาดอิทธิพลจากผลการนับคะแนนเสียง เป็นวิธีประมาณค่าพารามิเตอร์ขนาดอิทธิพลเมื่อทราบจำนวนงานวิจัยที่ให้ผลทดสอบสมมติฐานทางสถิติที่มีนัยสำคัญทางบวก และการประมาณค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน เพื่อนำไปใช้ประมาณค่าความเชื่อมั่นของพารามิเตอร์ ขนาดอิทธิพล เป็นต้น

การสังเคราะห์งานวิจัยแบบที่ 4 คือ การสะสมค่าความน่าจะเป็น เป็นการนำค่าความน่าจะเป็นซึ่งเป็นดัชนีมาตรฐานไม่มีหน่วยมารวมกันด้วยวิธีทางสถิติ โดยทั่วไปใช้หลักการหาค่าเฉลี่ย และจะศึกษาการแจกแจงของค่าเฉลี่ยความน่าจะเป็นที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง ประมาณค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และสร้างสูตรสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานว่าค่าเฉลี่ยพารามิเตอร์ความน่าจะเป็นจะแตกต่างจากศูนย์หรือไม่

อย่างไรก็ตาม การสังเคราะห์งานวิจัยทั้ง 4 รูปแบบที่ได้กล่าวไปในข้างต้น ต่างมีจุดอ่อนในด้านต่าง ๆ เนื่องจากนักวิจัยให้ความสำคัญกับผลการทดสอบสมมติฐานทางสถิติ และแก้จุดอ่อนโดยนำระดับนัยสำคัญหรือความน่าจะเป็นมาใช้ในการสังเคราะห์ ต่อมานักวิจัยได้พยายามพัฒนาวิธีการสังเคราะห์งานวิจัยเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่น่าเชื่อถือมากขึ้น และค้นพบว่าค่าขนาดอิทธิพลมีความสำคัญ จึงได้พัฒนาวิธีการสังเคราะห์งานวิจัยโดยใช้การประมาณค่าขนาดอิทธิพลทำให้สามารถพัฒนาจนกลายเป็นวิธีสังเคราะห์งานวิจัยแบบวิเคราะห์อภิมาน

การสังเคราะห์งานวิจัยแบบที่ 5 คือ วิธีการวิเคราะห์อภิมาน เป็นการใช้วิธีการทางสถิติประมาณค่าที่เป็นผลวิจัยให้อยู่ในรูปดัชนีมาตรฐาน ได้แก่ ค่าขนาดอิทธิพล และค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ แล้วเปรียบเทียบขนาดอิทธิพลหรือสหสัมพันธ์จากงานวิจัยแต่ละเรื่องว่าเหมือนหรือต่างกันอย่างไร (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2552, หน้า 18-20) ซึ่งการสังเคราะห์งานวิจัยในปัจจุบันนี้มีการเลือกใช้วิธีการสังเคราะห์โดยวิธีวิเคราะห์อภิมานเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่ผู้วิจัยจะเลือกใช้วิธีใดในการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ ขึ้นอยู่กับรูปแบบของงานวิจัยและความเหมาะสมของ

งานวิจัยที่แต่ละคนศึกษา เนื่องจากแต่ละวิธีมีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น การที่จะเลือกใช้วิธีใดในการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ขึ้นอยู่ที่ผู้วิจัยจะพิจารณาถึงความเหมาะสม

ทั้งนี้ แม้ว่าแต่ละรูปแบบการสังเคราะห์จะแตกต่างกัน แต่กรอบในการสังเคราะห์งานวิจัยจะเหมือนกัน คือ การสังเคราะห์งานวิจัยจัดเป็นการทำวิจัยรูปแบบหนึ่ง ซึ่งจะมีรูปแบบที่เหมือนกับการทำวิจัยทั่วไป (วรรณี อริยสินสมบูรณ์, 2544) โดย คูเปอร์ และลินเซย์ (Cooper & Lindsay, 1997) ได้แบ่งขั้นตอนการสังเคราะห์งานวิจัยออกเป็น 5 แนวทาง ดังนี้

2.2.5 ขั้นตอนของการสังเคราะห์งานวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 คือ การกำหนดหัวข้อปัญหาที่ใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัย โดยกำหนดเหมือนกับการกำหนดปัญหาวิจัยทั่วไป เป็นการกำหนดข้อสงสัยที่ยังหาข้อสรุปไม่ได้จากงานวิจัยอย่างน้อยสองเรื่องขึ้นไป อีกทั้งในปัจจุบันมีงานวิจัยที่มีปัญหาวิจัยที่คล้ายกันเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งในงานวิจัยจะศึกษาตัวแปรที่มีลักษณะเหมือนกันหรือตัวเดียวกัน แต่จะต่างกันที่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ทำให้ผลวิจัยที่ได้จึงมีทั้งสอดคล้องหรือแตกต่างกัน เมื่อไม่สามารถหาข้อสรุปที่แน่นอนจากงานวิจัยได้ ปัญหาดังกล่าวจึงเหมาะสมต่อการสังเคราะห์งานวิจัย และเมื่อกำหนดปัญหาวิจัยได้แล้ว จำเป็นต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัยต่อไป (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2552)

ขั้นตอนที่ 2 คือ การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เมื่อผู้วิจัยทราบปัญหาที่ต้องการทำวิจัยแล้ว ขั้นต่อมาคือการวิเคราะห์ถึงปัญหา ซึ่งผู้สังเคราะห์ต้องนิยามปัญหาให้ชัดเจน โดยศึกษาเอกสาร แนวคิดหลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัญหาให้ชัดเจน เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดแบบแผน ขอบเขตของงานวิจัยและสมมติฐานการวิจัย (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) ทั้งนี้ผู้สังเคราะห์ต้องระบุถึงประชากรสำหรับการสังเคราะห์งานวิจัยให้ครอบคลุมเป้าหมาย 2 ประการ คือ ต้องการข้อค้นพบที่ตอบสนองผลการวิจัยที่ผ่านมาทั้งหมดในปัญหาที่ศึกษา และต้องการให้การศึกษาที่รวบรวมมาจะอ้างอิงไปยังประชากรที่ศึกษาได้ (Cooper & Lindsay, 1997)

ขั้นตอนที่ 3 คือ การดำเนินการสังเคราะห์งานวิจัย โดยผู้สังเคราะห์งานวิจัยมีวิธีดำเนินการเป็นขั้นต่าง ๆ คือ เริ่มแรกผู้สังเคราะห์งานวิจัยจำเป็นต้องเสาะค้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาวิจัยที่ต้องการจะสังเคราะห์ ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Sources) หรือแหล่งที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากงานวิจัยนั้นโดยตรง ได้แก่ วิทยานิพนธ์ของนิสิตนักศึกษา รายงานการวิจัยที่เผยแพร่ในวารสารต่าง ๆ หรือรายงานการวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ ตลอดจนงานประชุมสัมมนาเกี่ยวกับการวิจัย และอื่น ๆ เป็นต้น แหล่งทุติยภูมิ (Secondary Sources) หรือแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยไม่ได้เก็บข้อมูลผลการวิจัยจากรายงานการวิจัยนั้นโดยตรง แต่เก็บรวบรวมจากรายงานสรุปและในวารสารต่าง ๆ ซึ่งเมื่อรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ได้แล้วจะเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกงานวิจัย โดยนักสังเคราะห์ต้องศึกษาและตรวจสอบงานวิจัยแต่ละเรื่องอย่างละเอียด และมีการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกให้ได้งานวิจัยที่มีคุณภาพ รวมไปถึงมีความเที่ยงตาม

เกณฑ์ที่กำหนดให้ หลังจากที่คัดเลือกงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว ผู้วิจัยต้องรวบรวมผลงานวิจัยเพื่อศึกษางานวิจัยอย่างละเอียดและต้องสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานการวิจัยที่โดยทั่วไปแล้วเรียกว่า แบบสรุปงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 4 คือ การวิเคราะห์เพื่อสังเคราะห์ผลการวิจัยและตีความหมาย โดยผู้สังเคราะห์งานวิจัยต้องระบุวิธีการวิเคราะห์งานวิจัย เช่น วิธีการแจงนับคะแนนเสียง วิธีพิจารณาค่านัยสำคัญ รวมไปถึงวิธีการจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูลที่ประกอบด้วยผลการวิจัย รายละเอียดลักษณะและวิธีการจากงานวิจัยทั้งหมดเพื่อสังเคราะห์หาข้อสรุป จากนั้นจึงแปลความหมายผลการวิเคราะห์เพื่อตอบปัญหาการวิจัย

ขั้นตอนที่ 5 คือ การนำเสนอผลการสังเคราะห์งานวิจัย โดยมีหลักการเช่นเดียวกับการเขียนรายงานการวิจัยทั่วไป เป็นขั้นตอนการสรุปผลการวิเคราะห์ โดยต้องมีการสรุปผลและอภิปรายผล ที่ต้องมีการเชื่อมโยงผลการวิจัยกับความรู้ในอดีตและความรู้ทางทฤษฎี อีกทั้งยังต้องให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะทางวิชาการด้วย ซึ่งผลการวิเคราะห์ต้องให้ข้อค้นพบที่ลึกซึ้งกว่างานวิจัยแต่ละเรื่องที่นำมาสังเคราะห์และข้อสรุปรวมทั้งข้อเสนอแนะต้องมีความกว้างขวางโดยทั่วไปมากกว่างานวิจัยปกติ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, หน้า 98-99)

จากขั้นตอนการสังเคราะห์งานวิจัยทั้ง 5 ขั้นตอนที่กล่าวมาในข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การสังเคราะห์งานวิจัยเริ่มจากการกำหนดประเด็นปัญหาที่จะใช้ในการสังเคราะห์ จากนั้นจึงศึกษาเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยค้นหางานวิจัยที่จะนำมาสังเคราะห์และประเมินคุณภาพของงานวิจัย แล้วนำมาวิเคราะห์ ตีความ และแปลความหมายข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเป็นการสังเคราะห์งานวิจัย ซึ่งเป็นขั้นตอนที่นักสังเคราะห์พิจารณาว่าจะใช้การวิเคราะห์แบบใด และขั้นตอนสุดท้ายคือการนำเสนอข้อมูล

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการใช้การสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ทั้งหมดของสาขาวิชานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต โดยจะเลือกใช้การสังเคราะห์แบบอภิมาน เพราะเป็นรูปแบบการสังเคราะห์ที่เป็นระบบ มีความเป็นปรนัยสูง อีกทั้งยังมีการนำสถิติมาใช้ในการสังเคราะห์ ทำให้ผลวิจัยที่ได้มีความน่าเชื่อถือและที่สำคัญในปัจจุบันวิธีการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณเป็นที่รู้จักและกำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายก็คือ การสังเคราะห์งานวิจัยแบบการวิเคราะห์อภิมาน (Meta-Analysis)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์อภิมาน (Meta-Analysis)

การนำเสนอเนื้อหาในขั้นตอนนี้แบ่งเป็น 6 ขั้นตอน ประกอบไปด้วย 1) ความเป็นมาของการวิเคราะห์อภิมาน 2) ความหมายของการวิเคราะห์อภิมาน 3) ลักษณะสำคัญของการวิเคราะห์อภิมาน 4) หลักและวิธีการวิเคราะห์อภิมาน 5) ประเภทของการวิเคราะห์อภิมาน 6) ขั้นตอนการวิเคราะห์อภิมาน และ 7) กรอบของการวิเคราะห์อภิมาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.1 ความเป็นมาของการวิเคราะห์อภิมาน

การวิเคราะห์อภิมาน (Meta-Analysis) เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณประเภทหนึ่ง ซึ่งมีวิธีการที่เป็นระบบ มีหลักการและระเบียบวิธีการทางสถิติเพื่อใช้หาข้อสรุปให้กับงานวิจัยเชิงปริมาณจำนวนมาก โดยศึกษาปัญหาการวิจัยที่คล้ายกัน แตกต่างกันที่วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือการออกแบบ และผลการวิจัยที่ได้มีทั้งที่สอดคล้องกันและขัดแย้งกัน ดังนั้น การวิเคราะห์อภิมานจึงได้รับการพัฒนาขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว (รัตนะ บัวสนธ์, 2534)

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์อภิมาน นำมาใช้ครั้งแรกใน ค.ศ. 1933 โดยนำค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จากผลงานวิจัยที่ศึกษาปัญหาวิจัยเดียวกัน หรือจากผลการวิจัยเชิงทดลอง มาแปลงเป็นดัชนีมาตรฐาน เรียกว่าค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) และนำไปสังเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยเพื่อสรุปเป็นค่าปริมาณของผลวิจัย (ศิริยุภา พูลสวรรณ, 2554)

ต่อมาในช่วง ค.ศ. 1960 ถึง ค.ศ. 1970 เป็นช่วงที่การสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณได้รับความสนใจมาก มีการบัญญัติคำศัพท์มากมายเพื่อใช้เรียกการสังเคราะห์งานวิจัยประเภทนี้ เช่น การสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Synthesis of Research) การวิจัยงานวิจัย (Research of Research) การบูรณการงานวิจัย (Research Integration) เป็นต้น ซึ่งยังไม่มีคำใช้ที่แน่นอนตายตัวของการสังเคราะห์วิจัยเชิงปริมาณ

จนกระทั่ง ค.ศ.1976 กล้าส (G.V. Glass) ในฐานะประธานคณะกรรมการดำเนินงานการประชุมประจำปีของสมาคมวิจัยการศึกษาอเมริกัน ได้นำคำว่า “Meta-Analysis” ซึ่งมีความหมายว่าเป็นการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ (Analysis of Analysis) ด้วยวิธีการทางสถิติเพื่อการสังเคราะห์งานวิจัย มาใช้เป็นครั้งแรกในการกล่าวสุนทรพจน์ ต่อมาคำนี้ได้รับการเผยแพร่ผ่านบทความทางวิชาการทำให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่มนักวิจัยและสามารถนำไปใช้จนถึงปัจจุบัน (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545)

2.3.2 ความหมายของการวิเคราะห์อภิมาน

การวิเคราะห์อภิมาน เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาปัญหาเดียวกันอย่างเป็นระบบ นำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ โดยมีงานวิจัยแต่ละเรื่องเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ประกอบด้วย ผลค่าสถิติความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ต้องการศึกษา ที่แปลงเป็นค่าดัชนีมาตรฐานในรูปของขนาดอิทธิพล หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้จากงานวิจัยที่นำมา

สังเคราะห์ในแต่ละเรื่อง สามารถให้คำตอบในการสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สนใจศึกษา ที่มีความกว้างขวาง ลุ่มลึก เที่ยงตรงและน่าเชื่อถือมากกว่าข้อค้นพบจากงานวิจัยเพียงเรื่องเดียว (กัตติกา ธนะกว้าง, 2552)

การวิเคราะห์อภิมาน หมายถึง การสังเคราะห์ผลทางสถิติของงานวิจัยเพื่อประมาณค่าที่แท้จริงของดัชนีมาตรฐานโดยใช้การปรับแก้ความคลาดเคลื่อนต่าง ๆ เช่น ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่ม หรือจากเครื่องมือวัดตัวแปร เป็นต้น (ประภาพร ซื่อสุทธิกุล, 2550)

การวิเคราะห์อภิมาน คือ การวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ โดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติในการรวบรวมผลการศึกษาจากงานวิจัยแต่ละชิ้น มีเป้าหมายเพื่อสรุปข้อค้นพบจากงานวิจัย เป็นวิธีการสังเคราะห์งานวิจัยโดยวิธีการเชิงปริมาณสำหรับอธิบายค่าสถิติและหาข้อสรุปของงานวิจัยที่ศึกษาปัญหาเดียวกัน (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่าน, 2548, หน้า 86-98)

การวิเคราะห์อภิมาน หมายถึง การสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณแบบหนึ่งที่นักวิจัยนำงานวิจัยซึ่งศึกษาปัญหาเดียวกันจำนวนหลายเรื่องมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่มีความกว้างขวางลุ่มลึกกว่าผลงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์แต่ละเรื่อง ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์อภิมานประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน คือ ข้อมูลผลการวิจัยวัดในรูปดัชนีมาตรฐาน ได้แก่ ดัชนีขนาดอิทธิพล และดัชนีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และข้อมูลคุณลักษณะงานวิจัย ได้แก่ งานวิจัยหรือการทดสอบสมมติฐาน เป็นต้น (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545)

การวิเคราะห์อภิมาน หมายถึง วิธีการเชิงปริมาณในการรวบรวมผลการวิจัยจากงานวิจัยจำนวนมากมาสังเคราะห์ด้วยกระบวนการทางสถิติอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้ข้อสรุปจากงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ ซึ่งข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์อภิมานประกอบไปด้วย ผลการวิจัยในรูปของดัชนีมาตรฐานและคุณลักษณะงานวิจัย ซึ่งคุณลักษณะพิเศษของการวิเคราะห์อภิมานนั้นจะทำให้ข้อค้นพบจากงานวิจัยเชิงประจักษ์หลาย ๆ เรื่องในรูปของดัชนีมาตรฐาน และเปรียบเทียบว่าดัชนีมาตรฐานจากงานวิจัยแต่ละเรื่องต่างกันตามคุณลักษณะงานวิจัยอย่างไร (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2552)

อย่างไรก็ตาม ดุษฎี โยเหลา (2537) ได้ให้ความคิดเห็นของการใช้คำว่าการวิเคราะห์อภิมานที่แตกต่างจากบุคคลอื่น เนื่องจากคำว่าการวิเคราะห์อภิมานอาจถูกวิจารณ์ว่าเป็นคำที่ไม่เหมาะสมในเรื่องความหมาย เพราะคำว่า Analysis หมายถึง การจำแนกแยกแยะ แต่สิ่งที่ทำกลับเป็นการรวบรวมผลงานวิจัย ดังนั้น จึงควรใช้คำว่า การสังเคราะห์งานวิจัยควบคู่ไปกับการวิเคราะห์อภิมาน

ดังนั้น จากการให้ความหมายของการวิเคราะห์อภิมานในข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การวิเคราะห์อภิมาน เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณรูปแบบหนึ่ง โดยใช้วิธีการที่เป็นระบบ และมีการใช้หลักการทางสถิติเพื่อหาข้อสรุปให้กับงานวิจัยเชิงปริมาณจำนวนมากที่ศึกษาปัญหาวิจัยเดียวกัน โดยข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ประกอบไปด้วย ข้อมูลคุณลักษณะงานวิจัย ซึ่งจะให้ความสำคัญกับระเบียบวิธีทางสถิติ และข้อมูลผลที่ได้จากงานวิจัย ซึ่งจะอยู่ในรูปของดัชนีมาตรฐาน ดังนั้น การพัฒนาวิธีการวิเคราะห์ขึ้นใหม่สำหรับการวิเคราะห์อภิมาน จะทำให้สามารถสรุปความหมายที่ได้จากรายงานวิจัยหลายเรื่อง ซึ่งศึกษาปัญหาวิจัยแบบเดียวกันได้

2.3.3 ลักษณะสำคัญของการวิเคราะห์อภิมาน

การวิเคราะห์อภิมานมีลักษณะสำคัญ 2 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะแรก เป็นการรวบรวมผลที่ได้จากรายงานการวิจัยที่ศึกษาปัญหาเดียวกันหลายเรื่องนำมาสังเคราะห์ คุณภาพของงานวิจัยขึ้นอยู่กับวิธีการรวบรวมว่ามีความตรง ความเชื่อถือได้ และมีความเป็นปรนัยมากน้อยเพียงใด ลักษณะที่สองเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งให้ความสำคัญกับระเบียบวิธีทางสถิติ เนื่องจากสถิติวิเคราะห์ที่ใช้ในการวิจัยทั่วไปเป็นสถิติสำหรับการวิจัยเชิงทดลองเรื่องเดียวหรือการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์เรื่องเดียว ดังนั้น จึงต้องมีการพัฒนาวิธีการวิเคราะห์ขึ้นใหม่สำหรับการวิเคราะห์อภิมาน เพื่อสามารถสรุปความหมายที่ได้จากรายงานวิจัยหลาย ๆ เรื่อง ซึ่งศึกษาปัญหาวิจัยแบบเดียวกันได้ เป็นต้น (กัตติกา ธนะกว้าง, 2552)

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2549) กล่าวถึงลักษณะสำคัญของการวิเคราะห์อภิมานว่า เมื่อมีผลงานวิจัยที่ศึกษาปัญหาเดียวกันหลายเรื่อง การสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมานเป็นสิ่งที่จำเป็นเพราะมีการเปรียบเทียบงานวิจัยแต่ละเรื่องว่าเหมือนหรือต่างกันอย่างไร ผลการวิจัยเป็นผลจากตัวแปรใด อีกทั้งการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยการวิเคราะห์อภิมานจะช่วยขยายขอบเขตองค์ความรู้จากงานวิจัยแต่ละเรื่องให้มากขึ้น (หน้า 298)

ทั้งนี้ ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน (2548) ได้แบ่งลักษณะสำคัญของการวิเคราะห์อภิมานออกเป็น 4 ประการ ได้แก่

ประการที่ 1 การวิเคราะห์อภิมานเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยอาศัยข้อมูลตัวเลขที่ได้จากการศึกษารวบรวมงานวิจัยจำนวนมากเพื่อหาข้อสรุปซึ่งอธิบายด้วยค่าสถิติ

ประการที่ 2 การวิเคราะห์อภิมานให้ผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่มีความเป็นปรนัยสูงและมีความน่าเชื่อถือ เพราะเป็นวิธีที่เป็นระบบ สามารถอธิบายข้อมูลที่เข้าใจตรงกันได้

ประการที่ 3 การวิเคราะห์อภิมานเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเอกสารหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการสังเคราะห์มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาหรือใช้ในการตั้งสมมติฐานการวิจัยที่สมเหตุสมผล

ประการที่ 4 ในกรณีที่มีงานวิจัยเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้ผลที่แตกต่างจากงานวิจัยส่วนใหญ่ การวิเคราะห์อภิมานจะสามารถวิเคราะห์ได้ว่าที่เป็นเช่นนั้นเนื่องมาจากสาเหตุใด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการหาคำตอบวิจัยหรือการพัฒนาแนวคิดทฤษฎีต่อไป

ทางด้าน อุทุมพร จามรมาน (2527) ได้แบ่งลักษณะสำคัญของการวิเคราะห์อภิมานไว้ 3 ลักษณะ คือ 1) การเน้นที่ขนาดของผลอิทธิพล (Effect Size) มากกว่าเน้นที่ความมีนัยสำคัญ 2) เน้นที่สถิติที่ใช้หาขนาดของผลวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ยของสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันสำหรับงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์และขนาดของผลในงานวิจัยเชิงทดลอง และ 3) เน้นที่การยอมรับว่าความคลาดเคลื่อนของค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ และค่าอิทธิพลมีจริง จึงต้องคำนวณค่าความแปรปรวนของทั้งสองด้วย

ทั้งนี้ นงลักษณ์ วิรัชชัย (2545) ได้แบ่งลักษณะของการวิเคราะห์อภิมานสำหรับสังเคราะห์การวิจัยเป็น 2 ประการ คือ การรวมค่า (Combination) ดัชนีมาตรฐานจากงานวิจัยในกรณีที่ความแปรปรวนไม่มีนัยสำคัญ และการเปรียบเทียบ (Comparison) ค่าดัชนีมาตรฐานในกรณีที่ความแปรปรวนมีนัยสำคัญทางสถิติ จุดมุ่งหมายคืออธิบายความแปรปรวนในดัชนีมาตรฐานด้วยตัวแปรปรับ (Moderator Variables) เพื่อให้ทราบถึงเงื่อนไขและปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างดัชนีมาตรฐานจากงานวิจัยแต่ละเรื่อง

ดังนั้น สามารถสรุปลักษณะสำคัญที่กล่าวในข้างต้นได้ว่า ถึงเหล่านักวิจัยต่าง ๆ ทำการแบ่งคุณลักษณะสำคัญของการวิเคราะห์อภิมานออกเป็นหลายข้อก็ตาม แต่ลักษณะสำคัญที่แยกออกมาได้หลักที่มีความคล้ายคลึงกันแบ่งออกเป็น 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่

ส่วนแรกคือ กล่าวถึงผลที่ได้จากการทำการวิเคราะห์อภิมาน เนื่องจากในการทำการวิเคราะห์อภิมาน มีการรวบรวมนำผลของงานวิจัยที่ศึกษาปัญหาเดียวกันหลายเรื่องนำมาสังเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมาน เพื่อสามารถสรุปความหมายที่ได้จากรายงานวิจัยหลาย ๆ เรื่อง และการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยการวิเคราะห์อภิมานจะช่วยขยายขอบเขตองค์ความรู้จากงานวิจัยแต่ละเรื่องให้มากขึ้น เป็นการเน้นให้เห็นถึงความสำคัญที่จะได้จากวิเคราะห์อภิมานหรือผลที่ได้จากการวิเคราะห์อภิมาน

ส่วนที่สอง กล่าวถึงความน่าเชื่อถือของการวิเคราะห์อภิมาน เนื่องจากมีการใช้สถิติวิเคราะห์ที่เป็นระบบผลที่ได้จะมีความเป็นปรนัยสูงและมีความน่าเชื่อถือ โดยจะให้ความสำคัญกับการหาค่าดัชนีมาตรฐานจากงานวิจัยเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ผลวิจัยแต่ละเรื่อง

2.3.4 หลักและวิธีการวิเคราะห์อภิมาน

ประเด็นที่ต้องพิจารณาในเรื่องวิธีการวิเคราะห์อภิมานมีอยู่ 3 ประเด็น ได้แก่ 1) งานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ต้องศึกษาปัญหาเดียวกัน 2) ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์อภิมาน 3) หน่วยการวิเคราะห์ในการวิเคราะห์อภิมานคืองานวิจัยหรือการทดสอบสมมติฐาน

1) งานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ต้องเป็นงานวิจัยที่ศึกษาปัญหาเดียวกัน โดยประเด็นงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ต้องมีปัญหาวิจัยตรงกัน แต่ใช้แบบแผนการวิจัยต่างกัน เครื่องมือวัดต่างกัน หรือวิธีการวิเคราะห์ต่างกัน (บังอร เทพเทียน, 2548, หน้า 26) และในการกำหนดนิยามตัวแปร ถ้าผู้วิจัยกำหนดนิยามตัวแปรให้มีขอบเขตลักษณะเฉพาะ จะได้งานวิจัยมาสังเคราะห์จำนวนไม่มากและการสรุปที่ไม่กว้างขวาง แต่ถ้ากำหนดนิยามตัวแปรที่มีขอบเขตกว้างขวางเกินไป จะได้งานวิจัยมาสังเคราะห์เป็นจำนวนมาก ผลการวิจัยมีความหลากหลาย มีตัวแปรปรับจำนวนมาก และทำให้การวิเคราะห์มีความซับซ้อนมากขึ้นด้วย (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, หน้า 46)

2) ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์อภิมาน ประกอบด้วยผลการวิจัยจากงานวิจัยแต่ละเรื่องและลักษณะงานวิจัย เนื่องจากงานวิจัยแต่ละเรื่องศึกษาตัวแปรต่างกัน หรือแม้จะศึกษาตัวแปรเหมือนกันแต่ก็อาจใช้เครื่องมือวัดต่างกัน ดังนั้น ผลการวิจัยจากงานวิจัยแต่ละเรื่องจึงไม่อยู่ในสเกลเดียวกัน จำเป็นต้องทำให้อยู่ในรูปดัชนีมาตรฐาน (Standard Indices) (ประภาพร ซื่อสุทธิกุล, 2550, หน้า 63)

ดัชนีมาตรฐานที่ใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณมีอยู่ 2 แบบ คือ ค่าความน่าจะเป็น และค่าสถิติความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือดัชนีความสำคัญของอิทธิพล (Effect Magnitude) โดยค่าความน่าจะเป็นนั้น เป็นดัชนีที่ใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัยในระยะแรก ต่อมาเมื่อนักวิจัยเห็นว่าค่าความน่าจะเป็นให้สารสนเทศน้อยกว่าดัชนีความสำคัญของอิทธิพล ความนิยมใช้ค่าความน่าจะเป็นจึงลดลง (ชลลดา กิจรื่นภิรมย์สุข, 2548)

ดังนั้น การวิเคราะห์อภิมานผู้วิจัยจะให้ความสำคัญกับการประมาณค่าดัชนีมาตรฐานเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแปรปรวนของดัชนีมาตรฐานของงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ โดยเลือกงานวิจัยประเภทศึกษาความสัมพันธ์หหรืองานเชิงทดลองเท่านั้น ทั้งนี้ ดัชนีมาตรฐานที่ถูกพัฒนาขึ้น และเป็นค่าสถิติที่ใช้กันแบ่งเป็น 6 ประเภท (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545) ดังนี้

ดัชนีแรก ได้แก่ ดัชนีสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) พัฒนาโดยเพียร์สัน (Pearson, 1904) เป็นค่าสถิติที่นำมาใช้เป็นดัชนีมาตรฐานของการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์

ดัชนีที่สอง ได้แก่ คะแนนผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย พัฒนาโดย คอแครน (Cochran, 1937) ถูกสร้างขึ้นเพื่อสังเคราะห์งานวิจัยเชิงทดลอง ดัชนีมีค่าเท่ากับผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม ดัชนีนี้มีข้อเสีย คือขาดความเป็นคะแนนมาตรฐาน เพราะดัชนีเป็นมาตรวัดของตัวแปร ค่าจะแตกต่างกันตามค่าของตัวแปรในการวิจัย

ดัชนีที่สาม ได้แก่ อัตราส่วนระหว่างค่าสถิติกลุ่มทดลองกับกลุ่มควบคุม พัฒนาโดย แมนเทล และแฮนสเซล (Mantel & Haenszel, 1959) เพื่อใช้เปรียบเทียบค่าสถิติของกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมโดยการหาร

ดัชนีที่สี่ ได้แก่ ค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) พัฒนาโดย โคเฮน (Cohen, 1969) เป็นดัชนีมาตรฐานสำหรับการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงทดลอง โดยนำค่าดัชนีทั้งสองมาทำให้เป็นคะแนนมาตรฐาน จากการหารด้วยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ดัชนีที่ห้า ได้แก่ ผลต่างของสัดส่วนในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม พัฒนาโดย ดีไวฟ์ และคุก (Devine & Cook, 1983) เป็นดัชนีที่ให้ความสำคัญกับความถี่ในแต่ละกลุ่มโดยไม่สนใจค่าสถิติ ซึ่งเหมาะกับงานวิจัยที่มีระดับการวัดตัวแปรนามบัญญัติและเรียงอันดับ

ดัชนีสุดท้าย ได้แก่ ผลต่างระหว่างความถี่ที่คาดหวังกับความถี่ที่สังเกตได้ พัฒนาโดย ยูซูฟ, เปโต, เลวิส, คอลลินส์ และสไลนธ์ (Yusuf, Peto, Lewis, Collins & Sleight, 1985) เป็นดัชนีที่คล้ายกับการคำนวณไคสแควร์ มีจุดประสงค์ของการบอกความสำคัญของอิทธิพลอยู่ที่ความถี่

อย่างไรก็ตาม โรเซนทาล (Rosenthal, 1995) ได้สรุปตัวบ่งชี้ที่นักสถิติสร้างขึ้น มาใช้แทนความสำคัญของขนาดอิทธิพลมี 3 กลุ่มตามค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยแต่ละเรื่อง (บังอร เทพเทียน, 2548, หน้า 27) ดังนี้

กลุ่มแรก ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และฟังก์ชั่นของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตัวบ่งชี้ในกลุ่มนี้ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson’ r) อัตราส่วนสหสัมพันธ์ ค่าสถิติฟิสเชอร์’สซี (Fisher’s z) และค่าสถิติคิวของโคเฮน (Cohen’s q) ซึ่งมีค่าเท่ากับความแตกต่างระหว่างค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สองค่า

กลุ่มที่สอง ขนาดของอิทธิพลหรือผลต่างมาตรฐานระหว่างคะแนนเฉลี่ย ตัวบ่งชี้ในกลุ่มนี้เหมาะสำหรับการประมาณค่าความสำคัญของตัวแปรจัดกระทำในการวิจัยเชิงทดลอง โดยนำค่าเฉลี่ยทั้งสองกลุ่มมาเปรียบเทียบกัน ผลต่างของค่าเฉลี่ยที่หารด้วยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจะอยู่ในรูปคะแนนมาตรฐาน เรียกว่าขนาดของอิทธิพลที่คำนวณได้จากค่าเฉลี่ย

กลุ่มที่สาม ผลต่างระหว่างสัดส่วน ตัวบ่งชี้ในกลุ่มนี้ ได้แก่ สถิติจีของโคเฮน (Cohen’s g) ค่าสถิติเอชของโคเฮน (Cohen’s h) และดีไพรม์ (d’)

แม้ว่าดัชนีมาตรฐานที่บอกความสำคัญของอิทธิพลจะได้รับการสร้างและพัฒนาขึ้นมาหลายชนิด แต่ดัชนีที่นิยมใช้กันในการวิเคราะห์อภิมานตั้งแต่ต้นมาจนถึงปัจจุบันนี้มีเพียงสองชนิดคือ ค่าขนาดอิทธิพล และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดย กล้าส, แม็กเกว และสมิท (Glass, McGaw & Smith, 1981) ซึ่งได้นำเสนอสูตรการประมาณค่าขนาดอิทธิพล และค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์จากงานวิจัยแต่ละเรื่อง 2 วิธี คือวิธีการประมาณค่าการคำนวณโดยตรงจากค่าสถิติที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการประมาณค่าโดยการคำนวณโดยตรงจากค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบนัยสำคัญ (นัทธี เชียงชะนา, 2550) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

วิธีที่ 1 การประมาณค่าโดยการคำนวณโดยตรง เป็นการประมาณค่าขนาดอิทธิพลและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จากงานวิจัยที่มีแบบแผนการทดลอง โดยมีตัวแปรตาม Y เป็นตัวแปรต่อเนื่องและตัวแปรไม่ต่อเนื่อง การประมาณค่าจากงานวิจัยที่มีแบบแผนการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์จากการคำนวณโดยตรงจากค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (สูตรในการคำนวณแสดงไว้ในภาคผนวก ก)

วิธีที่ 2 การประมาณค่าจากสถิติ เป็นการประมาณค่าขนาดอิทธิพล และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งหมายถึง ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบสมมุติฐานทางสถิติ ได้แก่ t, F, x^2 (สูตรการประมาณค่าแสดงไว้ในภาคผนวก ข)

สำหรับข้อมูลในการวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมาน อีกหนึ่งวิธีนอกจากที่การวิเคราะห์อภิมานในรูปของดัชนีมาตรฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์คุณลักษณะงานวิจัย เป็นเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะงานวิจัย (ประภาพร ชื่อสุทธิกุล, 2550, หน้า 63) ซึ่งในปัจจุบันแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะการพิมพ์ ตัวแปรเกี่ยวกับเนื้อหาสาระ และ ตัวแปรเกี่ยวกับวิธีวิทยาการวิจัย (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะการพิมพ์ ได้แก่ ปีที่พิมพ์ จำนวนหน้า คุณภาพการพิมพ์หน่วยงานต้นสังกัดของนักวิจัย เป็นต้น

ตัวแปรเกี่ยวกับเนื้อหาสาระ ได้แก่ ทฤษฎีที่ใช้การตั้งสมมติฐาน ลักษณะกรอบความคิดในการวิจัย ความลึกซึ้งของปัญหาวิจัย จำนวนเอกสารอ้างอิง จำนวนเอกสารอ้างอิงเฉพาะส่วนที่เป็นงานวิจัยที่ทันสมัย ประเภทตัวแปรตน ประเภทตัวแปรตาม ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนตัวแปรต้น จำนวนตัวแปรตาม เป็นต้น

ตัวแปรเกี่ยวกับวิธีวิทยาการวิจัย ได้แก่ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ค่าความเที่ยงตรงของเครื่องมือวิจัย ลักษณะแบบแผนการวิจัย วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง วิธีการควบคุมตัวแปรแทรกซ้อน ระยะเวลาการทดลอง ลักษณะผู้ทำการทดลอง ประเภทสถิติวิเคราะห์ที่ใช้ การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น เป็นต้น

ข้อมูลลักษณะงานวิจัยที่ใช้สำหรับงานวิจัยครั้งนี้นอกจากประกอบด้วยลักษณะงานวิจัยดังที่กล่าวมาแล้ว ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรเกี่ยวกับผู้วิจัยและการพิมพ์เป็นตัวแปรข้อมูลลักษณะงานวิจัยอีกลักษณะหนึ่งด้วย

3) หน่วยการวิเคราะห์อภิมาน มีข้อมูลเป็นรายงานการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลผลการวิจัยและข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการวิจัย ข้อมูลผลการวิจัยจากงานวิจัยแต่ละเรื่องจะถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์อภิมานในรูปของดัชนีมาตรฐาน ได้แก่ ขนาดอิทธิพลหรือสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (บังอร เทพเทียน, 2548, หน้า 29)

ดังนั้น ผลการวิจัยที่ได้จากงานวิจัยแต่ละเรื่องมีหน่วยการวัดเป็นงานวิจัย หรือการทดสอบสมมติฐาน สำหรับข้อมูลลักษณะงานวิจัยนั้นมีหน่วยการวัดเป็นงานวิจัย ซึ่งในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีมาตรฐานและตัวแปรลักษณะงานวิจัย มีหน่วยการวิเคราะห์เป็นงานวิจัยโดยตลอดเมื่อใช้การวิเคราะห์ประเภทสหสัมพันธ์ แต่เนื่องจากในกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับวิเคราะห์อภิมานนั้นนักวิจัยต้องการทราบด้วยว่า เมื่อตัวแปรลักษณะงานวิจัยมีความสัมพันธ์กับดัชนีมาตรฐาน เช่น งานวิจัยที่มีขนาดกลุ่มตัวอย่างใหญ่มากมีแนวโน้มที่จะได้ค่าดัชนีมาตรฐานสูงกว่างานวิจัยที่มีขนาดกลุ่มตัวอย่างน้อย นักวิจัยต้องการทราบว่าในกลุ่มงานวิจัยที่มีกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ มีค่าดัชนีมาตรฐานเป็นเท่าไร มีความแปรปรวนของดัชนีมาตรฐานหรือไม่ ถ้ายังพบว่ามีความแปรปรวนอยู่ จะต้องวิเคราะห์ต่อไปว่ามีตัวแปรใดอธิบายความแปรปรวนในดัชนีมาตรฐานนั้นได้ กระบวนการวิเคราะห์ต้องมีการแบ่งกลุ่มผลการวิจัยหรือแบ่งกลุ่มดัชนีมาตรฐานออกเป็นกลุ่มงานวิจัย แล้วจึงวิเคราะห์ต่อไปว่าในหน่วยระดับกลุ่มงานวิจัยหรือชุดงานวิจัยนั้น มีตัวแปรลักษณะงานวิจัยหรือตัวแปรปรับใด มีผลทำให้ค่าดัชนีมาตรฐานแตกต่างกันได้อีก (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542)

2.3.5 ประเภทของการวิเคราะห์อภิมาน

ประเภทของการวิเคราะห์อภิมานสามารถแบ่งได้ 6 ประเภท ดังนี้ (ศิริยุภา พูลสุวรรณ, 2536 และนงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545)

ประเภทที่ 1 คือ การวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีของโรเซนธัล (Rosenthal) เป็นวิธีแรกที่ได้พัฒนาเริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 1961 ซึ่งกระบวนการวิเคราะห์มีวิธีการแยกย่อยออกตามประเภทของการสังเคราะห์งานวิจัยรวม 8 แบบ การแบ่งประเภทนี้ได้จากมิติในการสังเคราะห์ 3 มิติ มิติละสองกลุ่ม คือ มิติแรก ได้แก่การเปรียบเทียบกับการหาผลรวม มิติที่สอง ได้แก่ การประมาณค่าขนาดอิทธิพลกับการใช้ระดับนัยสำคัญ หรือความน่าจะเป็นของสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ส่วนมิติที่สาม ได้แก่ การสังเคราะห์งานวิจัยสองเรื่องกับการสังเคราะห์งานวิจัยมากกว่าสองเรื่อง รวมเป็นแปดแบบ แต่ละแบบมีสถิติวิเคราะห์ที่แตกต่างกัน (นัทธี ชียงชะนา, 2550) ซึ่งลักษณะสำคัญที่แตกต่างจากวิธีอื่น ๆ คือการนำค่าระดับระดับนัยสำคัญมาใช้ในการวิเคราะห์และคำนวณค่าขนาดอิทธิพลสองแบบ แบบแรกคือการคำนวณจากค่าขนาดกลุ่มตัวอย่างและค่าสถิติในการทดสอบสมมุติฐาน และแบบที่สองคือการคำนวณจากขนาดกลุ่มตัวอย่างและระดับนัยสำคัญ การประมาณค่าขนาดอิทธิพลจะใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเป็นตัวหาร (ณรงค์ศักดิ์ พลแก้ว, 2554) สำหรับการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์นั้นต้องมีการเปลี่ยนค่าสหสัมพันธ์ให้เป็นคะแนนฟิชเชอร์ซี (Fisher’s Z) ก่อนที่จะสังเคราะห์ วิธีการสังเคราะห์ใช้การจัดกลุ่มงานวิจัยตามตัวแปรปรับ และเมื่อตรวจสอบแล้วพบว่าในแต่ละกลุ่มมีความแปรปรวนน้อยจึงสังเคราะห์ขนาดของอิทธิพลหรือสหสัมพันธ์ได้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2551)

ประเภทที่ 2 คือ การวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีของกล้าส (Glass) เป็นวิธีการที่พยายามสังเคราะห์งานวิจัยเชิงทดลองรวมกับงานวิจัยเชิงสัมพันธ์ มีสูตรคำนวณค่าขนาดอิทธิพลและค่าสหสัมพันธ์จากงานวิจัยที่มีแบบการวิจัยต่างกัน โดยมีการคำนวณจากค่าสถิติโดยตรง และคำนวณจากค่าสถิติในการทดสอบสมมุติฐาน ซึ่งการคำนวณค่าขนาดอิทธิพลวิธีนี้แตกต่างจากวิธีอื่นตรงที่การใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มควบคุมในการคำนวณ (บังอร เทพเทียน, 2548) นอกจากนี้กล้าส ได้ใช้สูตรในการประมาณค่าขนาดอิทธิพลจากงานวิจัยที่มีรูปแบบการทดลองแตกต่างกันทุกแผนแบบการวิจัย และมีสูตรในการปรับเปลี่ยนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบอื่นเป็นสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งของวิธีวิเคราะห์อภิมานตามแนวของกล้าส คือการอธิบายความแปรปรวนโดยให้ใช้การวิเคราะห์ถดถอย และการวิเคราะห์ความแปรปรวน รวมทั้งสถิติวิเคราะห์ขั้นสูงอื่น ๆ โดยมีดัชนีมาตรฐานเป็นตัวแปรตาม และตัวแปรปรับเป็นตัวแปรต้น โดยวิธีเหล่านี้ทำเพื่อหาข้อสรุปความแปรปรวนของดัชนีมาตรฐานที่เกิดขึ้น ว่าได้รับอิทธิพลมาจากตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยตัวแปรใด (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2551) เพราะฉะนั้นรูปแบบของการวิเคราะห์โดยใช้สถิติที่เป็นที่รู้จักอยู่แล้วจึงทำให้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลของกล้าส ได้รับความนิยมมากในการสังเคราะห์งานวิจัย (นัทธี ชียงชะนา, 2550)

ประเภทที่ 3 คือ การวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีของฮันเตอร์ (Hunter) ให้ความสำคัญกับการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์มากกว่าการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงทดลอง ซึ่งวิธีของฮันเตอร์จะใช้การคำนวณเพื่อประมาณค่าขนาดอิทธิพลใช้ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวม ก่อนที่จะสังเคราะห์ค่าดัชนีมาตรฐานทั้งดัชนีขนาดอิทธิพลและดัชนีสหสัมพันธ์ (นัทธี ชียงชะนา, 2550) โดยวิธีนี้จะให้ความสำคัญกับการปรับแก้ความคลาดเคลื่อน 3 ประการ คือ ต้องมีการปรับแก้ค่าความคลาดเคลื่อนในการวัด ความคลาดเคลื่อนเนื่องจากความจำกัดของพิสัย และความคลาดเคลื่อนเนื่องจากการสุ่มตัวอย่างก่อน (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545) เมื่อปรับแก้แล้วจึงตรวจสอบความแปรปรวนมีระบบของดัชนีมาตรฐานที่ปรับแก้แล้ว ถ้าไม่มีความแปรปรวนจึงสามารถสังเคราะห์ดัชนีมาตรฐานได้ ถ้ายังมีความแปรปรวนมีระบบอยู่ ต้องแยกกลุ่มงานวิจัยออกเป็นกลุ่มย่อยโดยใช้ตัวแปรปรับเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่ม แล้วดำเนินการวิเคราะห์แต่ละกลุ่มตามขั้นตอนทั้งหมดจนกว่าจะสังเคราะห์ผลการวิจัยได้ (บังอร เทพเทียน, 2548) ซึ่งวิธีการวิเคราะห์อภิมานวิธีนี้ได้รับการพัฒนาให้ใช้กับการวิจัยเพื่อสรุปนัยทั่วไปของความเที่ยงตรงได้เป็นอย่างดี และมีสูตรการคำนวณค่อนข้างซับซ้อนในการปรับแก้ความคลาดเคลื่อน วิธีนี้แตกต่างจากวิธีอื่น ๆ ตรงที่เริ่มจากการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนก่อนการสังเคราะห์ และเป็นวิธีการที่มีข้อดีตรงที่สามารถสังเคราะห์งานวิจัยได้แม้ว่าจะมีงานวิจัยที่ศึกษาปัญหาเดียวกันเพียง 3-4 เรื่อง (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545)

ประเภทที่ 4 คือ การวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีของเฮดจ (Hedges) วิธีนี้ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติทางสถิติของดัชนีมาตรฐานโดยเฉพาะค่าขนาดอิทธิพลเป็นอย่างมาก ซึ่งใช้แนวคิดการคำนวณค่าขนาดอิทธิพลใช้ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมตามแนวคิดของโคเฮน (Cohen) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545) และมีการปรับแก้ให้ได้ค่าประมาณไม่คลาดเคลื่อน นอกจากนี้ยังมีสูตรสำหรับคำนวณค่าขนาดอิทธิพลจากค่าที่ได้ตามวิธีของ กล้าส (Glass) และฮันเตอร์ (Hunter) อีกด้วย ซึ่งได้เสนอแนะให้มีการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนเนื่องจากการวัด และความจำกัดของพิสัยตามของฮันเตอร์ (Hunter) (นัทธี ชียงชะนา, 2550) แต่ไม่มีการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวแบบจากการสุ่มตัวอย่าง โดยเสนอสูตรการคำนวณค่าเฉลี่ยโดยการถ่วงน้ำหนัก และเสนอแนะว่าการแจกแจงของค่าอิทธิพลเป็นการแจกแจงแบบไคสแควร์รวมทั้งให้ค่าสถิติ Q ในการทดสอบว่าค่าพารามิเตอร์ขนาดอิทธิพลมีขนาดเท่ากันสำหรับทุกกลุ่มประชากรก่อนที่จะทำการสังเคราะห์งานวิจัย (บังอร เทพเทียน, 2548)

ประเภทที่ 5 คือ การวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีของสลาวิน (Slavin) จะให้ความสำคัญกับการเลือกงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ เพราะเชื่อว่าถ้างานวิจัยที่ไม่มีคุณภาพจะทำให้ผลการสังเคราะห์ที่ได้ไม่มีคุณภาพตามไปด้วย ดังนั้น จึงต้องมีการประเมินคุณภาพงานวิจัยและคัดเฉพาะงานวิจัยที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาสังเคราะห์ วิธีการนี้มีข้อจำกัดในการปฏิบัติงานจริง เพราะงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์มีไม่มากนักเมื่อคัดเฉพาะงานวิจัยที่มีคุณภาพดีทำให้กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์อภิมานมีจำนวนน้อยลงไปอีก รวมทั้งอาจสูญเสียข้อมูลจากหน่วยตัวอย่างที่อาจเป็นประโยชน์ต่อการสังเคราะห์ และคัดเลือกเฉพาะงานวิจัยที่มีคุณภาพอาจเกิดความลำเอียงในการคัดเลือกงาน ซึ่งมีผลทำให้การสรุปอ้างอิงผลการวิจัยจึงมีข้อจำกัด (ศิริยุภา พูลสุวรรณ, 2554)

ประการที่ 6 คือ การวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีของมูลิน (Mullen) นับเป็นวิธีการที่ได้รับการพัฒนาล่าสุด วิธีการนี้ไม่ใช่การประมาณค่าขนาดอิทธิพลตามแนวคิดของโคเฮน (Cohen) และใช้การประมาณค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้คะแนนฟิชเชอร์ซีในการวิเคราะห์ การประมาณค่าเฉลี่ยของดัชนีมาตรฐานใช้การหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก จุดเด่นของวิธีการนี้คือการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อใช้สำหรับ การวิเคราะห์อภิมานโดยตรง ซึ่งเป็นโปรแกรมที่มีชื่อว่า Basic Meta-Analysis เป็นโปรแกรมที่สามารถทดสอบความเป็นเอกพันธ์ของดัชนีมาตรฐาน และตรวจสอบว่าตัวแปรปรับตัวใดสามารถอธิบายความแปรปรวนในดัชนีมาตรฐานได้ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545)

จากประเภทที่กล่าวไปในข้างต้นทั้ง 6 ประเภทของการวิเคราะห์อภิมาน มีข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งการที่ผู้วิจัยเลือกใช้แต่ละวิธีต้องขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและรูปแบบของงานวิจัยที่จะนำมาสังเคราะห์ ดังนั้น ในการสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่างานวิทยานิพนธ์ที่ใช้ในการสังเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ ทำให้ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีของกล้าส

และคณะ (Glass et al., 1981) ในการหาค่าดัชนีมาตรฐานที่เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) โดยใช้สูตรในการปรับเปลี่ยนสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบอื่นเป็นสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัดของแต่ละงานวิจัยตามแบบของ ฮันเตอร์, สมิธ และแจ็คสัน (Hunter, Schmidt & Jackson,1982) เพื่อให้ได้ความแปรปรวนอย่างมีระบบก่อนที่จะทำการวิเคราะห์และสรุปผลที่ได้จากสถิติในขั้นต่อไป

2.3.6 ขั้นตอนการวิเคราะห์อภิมาน

เนื้อหาในส่วนของขั้นตอนของการวิเคราะห์งานวิจัย มีผู้เชี่ยวชาญได้แบ่งวิธีวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์อภิมานตามของแต่ละบุคคล ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาระเบียบวิธีวิจัยที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ “Meta-Aanalysis in Social Research” (Glass et al., 1981) “การศึกษาประสิทธิภาพของสื่อการสอนโดยวิธีวิเคราะห์อภิมาน” (ศิริยุภา พูลสุวรรณ, 2530) “การสังเคราะห์งานวิจัย: เชิงปริมาณ เน้นวิธีวิเคราะห์เมตต้า” (อุทุมพร จามรมาน, 2531) “การวิเคราะห์อภิมาน (Meta-Analysis)” (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545) เป็นต้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

Meta-Aanalysis in Social Research (Glass et al., 1981) แบ่งขั้นตอนในการวิเคราะห์อภิมานออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 รวบรวมงานวิจัยมาสังเคราะห์ เริ่มจากกำหนดปัญหาวิจัยที่ยังไม่มีคำตอบชัดเจน โดยรวบรวมจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น สถานบันการศึกษา หรือหน่วยงานต่าง ๆ ในรูปของบทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานการวิจัย เป็นต้น ซึ่งงานวิจัยที่จะนำมาสังเคราะห์ต้องศึกษาปัญหาวิจัยเดียวกัน เมื่อกำหนดปัญหาวิจัยที่จะทำการศึกษาแล้ว จึงทำการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นปัญหาวิจัยที่จะทำการสังเคราะห์ จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

ขั้นตอนที่ 2 การระบุ จำแนก และการลงรหัสงานวิจัย โดยให้ความสำคัญกับคุณลักษณะงานวิจัยที่จะนำมาทำการสังเคราะห์ ประกอบด้วย ส่วนที่เป็นเนื้อหาการวิจัยและวิธีการวิจัย โดยปรับข้อมูลที่ได้ให้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และแปลงข้อมูลดังกล่าวให้เป็นรหัสตามที่กำหนด โดยการประเมินคุณลักษณะของข้อมูล ต้องมีทั้งความตรงของข้อมูลและความเที่ยงที่ให้ความสำคัญกับเรื่องของความสอดคล้องในการวัดเมื่อมีผู้ลงรหัสหลายคน โดยผู้ลงรหัสทุกคนต้องใช้เกณฑ์เดียวกันในการประเมิน

ขั้นตอนที่ 3 การวัดตัวแปรจากผลวิจัย ให้อยู่ในรูปของข้อมูลเชิงปริมาณด้วยกระบวนการทางสถิติ ผลการวิจัยที่ได้ทั้งหมดนั้นจะสามารถแสดงไว้เป็นขั้นตอน 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์ตัวแปรอิสระ จากเนื้อหาการวิจัยและวิธีการวิจัย และการวิเคราะห์ตัวแปรตามจากผลการวิจัยจากงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ด้วยกระบวนการวิเคราะห์ทางสถิติ เพื่อให้ได้ค่าดัชนี

มาตรฐาน ซึ่งประกอบด้วยการประมาณค่าขนาดอิทธิพลจากงานวิจัยเชิงทดลองและการประมาณค่าความสัมพันธ์งานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์

ขั้นตอนที่ 4 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการใช้สถิติเชิงพรรณาในการอธิบายลักษณะของข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ คุณลักษณะของงานวิจัยด้านต่าง ๆ และค่าเฉลี่ยของขนาดอิทธิพลหรือค่าเฉลี่ยของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เป็นต้น รวมถึงการใช้สถิติอ้างอิงเพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าขนาดอิทธิพล เพื่อทราบว่าขนาดอิทธิพลจากงานวิจัยแต่ละเรื่องมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด รวมทั้งมีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงานวิจัยกับผลการวิจัยที่สังเคราะห์ได้

ขั้นตอนที่ 5 อธิบายความแปรปรวนของผลวิจัย จากการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณซึ่งให้ผลการวิจัยมีอำนาจทางสถิติสูงกว่างานวิจัยโดยทั่วไป ซึ่งนิยมใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเพื่ออธิบายว่าตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยใดอธิบายความแปรปรวนของค่าขนาดอิทธิพลและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ได้มากน้อยเพียงใด

การศึกษาประสิทธิภาพของสื่อการสอนโดยวิธีวิเคราะห์อภิมาน (ศิริยุพร พูลสุวรรณ, 2530) ได้นำเสนอขั้นตอนของการวิเคราะห์อภิมาน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดจุดมุ่งหมายปัญหาวิจัย โดยการนำผลที่ได้จากการวิจัยในเรื่องที่จะสังเคราะห์นั้นมาทำการยืนยันผล ประมวลผล ให้ได้ข้อสรุปภาพรวมของเรื่องที่จะสังเคราะห์นั้น ทั้งนี้หากพบข้อแตกต่างในระหว่างการสังเคราะห์ก็นำมาวิเคราะห์ต่อ เป็นการวิเคราะห์จากข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์มาแล้ว

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสร้างกรอบความคิด

ขั้นตอนที่ 3 การรวบรวมข้อมูล ระบุ สืบค้น ประเมินและบันทึก โดยการนำสาระที่มีสร้างแบบสอบถาม แบบเก็บข้อมูล และแบบประเมินคุณภาพผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสังเคราะห์

ขั้นตอนที่ 5 การสรุป อภิปรายผล และการเสนอรายงาน

การสังเคราะห์งานวิจัย: เชิงปริมาณ เน้นวิธีวิเคราะห์เมตต้า (อุทุมพร จามรมาน, 2531) แบ่งขั้นตอนการสังเคราะห์งานวิจัยเป็น 11 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหาที่ต้องการสังเคราะห์ โดยผู้วิจัยต้องระบุว่าว่าต้องการสังเคราะห์เรื่องอะไร มีการระบุวัตถุประสงค์ สมมติฐาน และตัวแปรของการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจงานวิจัยว่ามีจำนวนมากพอที่จะสังเคราะห์หรือไม่ โดยศึกษารายชื่อจากห้องสมุดทั้งหมด เพื่อให้ทราบว่ามีงานวิจัยอยู่สถาบันใด เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถค้นหาตัวเล่มจริงของงานที่ต้องการนำมาสังเคราะห์ได้

ขั้นตอนที่ 3 การอ่านรายงานการวิจัยที่สำรวจว่ามีจำนวนเท่าใด โดยผู้วิจัยต้องอ่านรายงานเหล่านั้นจากงานวิจัยที่พบด้วยตนเอง

ขั้นตอนที่ 4 เมื่อได้งานวิจัยที่จะใช้สังเคราะห์แล้ว ผู้วิจัยต้องตรวจสอบคุณภาพงานวิจัยลงในแบบประเมินงานวิจัย เพื่อตัดงานวิจัยที่ไม่ชัดเจนออกและเลือกงานวิจัยที่สอดคล้องกับหัวข้อในการประเมินเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 5 พิจารณาว่ามีค่าสถิติสำหรับสังเคราะห์เชิงปริมาณหรือไม่ โดยกำหนดแบบฟอร์มเพื่อกรอกรายละเอียดที่สำคัญแต่ละเล่ม

ขั้นตอนที่ 6 รวบรวมงานวิจัยที่สามารถสังเคราะห์เชิงปริมาณทั้งหมด พร้อมระบุตัวแปรและค่าสถิติทุกอย่าง

ขั้นตอนที่ 7 เลือกวิธีที่ทำให้ค่าสถิติปลอดจากความคลาดเคลื่อน

ขั้นตอนที่ 8 เลือกเทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 9 ทำการสังเคราะห์เชิงปริมาณของงานวิจัยแต่ละเรื่อง

ขั้นตอนที่ 10 สรุปผลการสังเคราะห์เป็นตารางหรือกราฟ

ขั้นตอนที่ 11 เขียนรายงานการวิจัย ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ได้แก่ บทนำ วิธีการสังเคราะห์ การนำเสนอผลการสังเคราะห์ และ บรรณานุกรมและภาคผนวก

การวิเคราะห์อภิมาน (Meta-Analysis) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545) แบ่งขั้นตอนเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหาวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัย เป็นขั้นตอนที่กำหนดถึงปัญหาวิจัยในการวิเคราะห์อภิมานงานวิจัย ซึ่งมีปัญหาหลัก 3 ข้อ ได้แก่ 1) ปัญหาขนาดของค่าแนวโน้มสู่ส่วนกลางของดัชนีมาตรฐาน 2) ปัญหาปริมาณความแปรปรวนของดัชนีมาตรฐาน และ 3) ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์กับดัชนีมาตรฐานอันเป็นผลการวิจัย ดังนั้น การกำหนดวัตถุประสงค์สำหรับการวิเคราะห์อภิมาน มีจุดมุ่งหมายเพื่ออธิบายผลการวิจัยที่ยังมีข้อขัดแย้งหรือมีจำนวนมาก ให้ได้คำตอบปัญหาวิจัยที่เป็นข้อสรุป เพื่อให้ได้ความรู้ใหม่ทางวิชาการที่จะนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงและการปฏิบัติจริงได้

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เป็นการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยให้ความสำคัญกับงานวิจัยที่ศึกษาปัญหาวิจัยเดียวกัน และสร้างกรอบความคิดสำหรับการวิเคราะห์อภิมาน รวมถึงกำหนดแบบแผนงานวิจัย และกำหนดสมมติฐานงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นการรวบรวมข้อมูล ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การค้นหางานวิจัย เช่น การสืบค้นข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ออนไลน์ สืบค้นจากบทคัดย่อ เป็นต้น 2) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยที่จะนำมาสังเคราะห์ โดยเลือกว่าจะสังเคราะห์งานวิจัยเรื่องใดบ้างจากงานวิจัยที่ศึกษามาทั้งหมด จากการสุ่มหรือเลือกแบบเจาะจงโดยกำหนดเกณฑ์ตามความต้องการของผู้วิจัยก็ได้ 3) ขั้นตอนของการสร้างเครื่องมือวิจัย แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แบบประเมินงานวิจัย ที่สร้างเป็นมาตรประเมินค่าของคุณภาพงานวิจัย และแบบบันทึกข้อมูล โดยทำเป็นตารางหรือแบบสอบถามแบบปลายเปิดหรือปลายปิด ในกรณีที่มีผู้ประเมินหลายคนจำเป็นต้องมีการตรวจสอบความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้อีกด้วย 4) ขั้นตอนการบันทึกข้อมูล เป็นการนำเครื่องมือวิจัยไปใช้รวบรวมเก็บรวบรวมข้อมูล ลงรหัสข้อมูล และเตรียมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ต่อไป ขั้นตอนนี้เป็นการปรับข้อมูลของงานวิจัยให้อยู่ในรูปของดัชนีมาตรฐาน โดยเริ่มจากการพิจารณาเนื้อหาการวิจัยและวิธีการวิจัย เพื่อแปลงเป็นข้อมูลเชิงปริมาณตามรหัสที่กำหนดคุณลักษณะ ซึ่งการลงรหัสต่าง ๆ ต้องสัมพันธ์กับคุณลักษณะของงานวิจัยและผลวิจัย โดยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและมีเกณฑ์การลงรหัสที่ชัดเจน

ขั้นตอนที่ 4 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน โดยเริ่มจาก 1) การเตรียมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ และต่อมาคือ 2) ขั้นตอนการตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปร เป็นขั้นที่ตรวจสอบความครบถ้วนของคุณลักษณะงานวิจัย ก่อนที่จะ 3) วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยการเสนอค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสำคัญ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรและลักษณะการกระจายของดัชนีมาตรฐาน เป็นต้น ในขั้นตอนสุดท้ายคือ 4) ขั้นตอนการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัย เป็นการวิเคราะห์ผลการวิจัยที่วัดในรูปของดัชนีมาตรฐานทั้งหมดว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ ถ้าไม่แตกต่างก็สามารถสังเคราะห์และสรุปผลการวิจัยทั้งหมดได้เลย แต่ถ้าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำเป็นต้องวิเคราะห์เพื่ออธิบายถึงความแตกต่างหรือความแปรปรวนของดัชนีมาตรฐานที่เกิดขึ้นเนื่องจากคุณลักษณะงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 5 คือ ขั้นตอนการสรุปผลและนำเสนองานวิจัย เป็นขั้นตอนที่สรุปผลการวิเคราะห์และอภิปรายผล เพื่อเชื่อมโยงผลวิจัยที่ได้กับความรู้ในอดีตและความรู้ทางทฤษฎี เป็นข้อสรุปสุดท้ายที่ได้จากการวิจัยทั้งหมด รวมไปถึงการให้ข้อเสนอแนะจากการทำวิจัยทั้งหมดทั้งเพื่อเป็นประโยชน์ในทางวิชาการและการปฏิบัติจริง ตลอดจนข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย หรือการสังเคราะห์งานวิจัยต่อไปในอนาคต

จากที่กล่าวไปข้างต้น ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนมีการระบุรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนต่างกัน แต่เนื้อหาโดยรวมมีประเด็นหลัก ๆ ที่คล้ายกัน ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นได้โดยอาศัยขั้นตอนการวิเคราะห์อภิมานของกล้าสและคณะกล้าสและคณะ (Glass et al., 1981) เป็นหลัก ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1: สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์อภิมานของแต่ละผู้เชี่ยวชาญอ้างอิงตามแบบของกล้าสและคณะ

กล้าสและคณะ	ศิริยุภา พูลสุวรรณ	อุทุมพร จามรมาน	นงลักษณ์ วิรัชชัย
ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหาวิจัยและการรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง			
ขั้นตอนที่ 1 การรวบรวมงานวิจัยที่มาสังเคราะห์ ต้องเป็นงานวิจัยที่ศึกษาปัญหาวิจัยเดียวกัน เมื่อกำหนดปัญหาวิจัยที่จะทำการศึกษาแล้ว จึงทำการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นปัญหาวิจัยที่จะทำการสังเคราะห์จากแหล่งข้อมูล	ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดจุดมุ่งหมายปัญหาวิจัย โดยการนำผลที่ได้จากการวิจัยในเรื่องที่จะสังเคราะห์นั้นมาทำการประมวลผล ให้ได้ข้อสรุปภาพรวมของเรื่องที่จะสังเคราะห์นั้น	ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหาที่ต้องการสังเคราะห์ โดยผู้วิจัยต้องระบุวัตถุประสงค์ สมมติฐาน และตัวแปรของการวิจัย ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจจำนวนงานวิจัยจากแหล่งข้อมูลทั้งหมดเพื่อให้ผู้วิจัยสามารถค้นหาตัวเล่มจริงของงานที่ต้องการนำมาสังเคราะห์ได้ ขั้นตอนที่ 3 การอ่านรายงานการวิจัยที่พบด้วยตนเอง ขั้นตอนที่ 4 ตรวจสอบคุณภาพงานวิจัยลงในแบบประเมินงานวิจัย เพื่อตัดงานวิจัยที่ไม่ชัดเจนออกและเลือกงานวิจัยที่สอดคล้องกับหัวข้อในการประเมินเท่านั้น	ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหาวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัย เป็นขั้นตอนที่กำหนดถึงปัญหาวิจัยในการวิเคราะห์อภิมานงานวิจัย ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เป็นการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยให้ความสำคัญกับงานวิจัยที่ศึกษาปัญหาวิจัยเดียวกัน และสร้างกรอบความคิดสำหรับการวิเคราะห์อภิมาน รวมถึงกำหนดแบบแผนงานวิจัย และกำหนดสมมติฐานงานวิจัย

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ): สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์อภิมานของแต่ละผู้เชี่ยวชาญอ้างอิงตามแบบของกล้าสและคณะ

กล้าสและคณะ	ศิริยุภา พูลสุวรรณ	อุทุมพร จามรมาน	นงลักษณ์ วิรัชชัย
ขั้นตอนที่ 2 การระบุ จำแนก และการลงรหัสงานวิจัย (การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย)			
ขั้นตอนที่ 2 การระบุ จำแนก และการลงรหัสงานวิจัย โดยปรับเนื้อหาการวิจัยและวิธีการวิจัยให้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และแปลงข้อมูลดังกล่าวให้เป็นรหัสตามที่กำหนด ซึ่งการประเมินคุณลักษณะของข้อมูลต้องมีทั้งความตรงและความเที่ยงของข้อมูลที่ให้ความสำคัญกับเรื่องความสอดคล้องในการวัด เมื่อมีผู้ลงรหัสหลายคน โดยผู้ลงรหัสทุกคนต้องใช้เกณฑ์เดียวกันในการประเมิน	ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสร้างกรอบความคิด	ขั้นตอนที่ 5 พิจารณาว่ามีค่าสถิติสำหรับสังเคราะห์เชิงปริมาณหรือไม่ โดยกำหนดแบบฟอร์มเพื่อกรอกรายละเอียดที่สำคัญแต่ละเล่ม ขั้นตอนที่ 6 รวบรวมงานวิจัยที่สามารถสังเคราะห์เชิงปริมาณทั้งหมด พร้อมระบุตัวแปรและค่าสถิติทุกอย่าง	ขั้นตอนที่ 3 ขั้นการรวบรวมข้อมูล ประกอบไปด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การเสาะค้นงานวิจัย 2) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยที่จะนำมาสังเคราะห์ 3) ขั้นตอนของการสร้างเครื่องมือวิจัย แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แบบประเมินงานวิจัย และแบบบันทึกข้อมูล 4) ขั้นตอนการบันทึกข้อมูล เป็นการรวบรวมข้อมูล ลงรหัสข้อมูล และเตรียมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ต่อไป ขั้นตอนนี้เป็นการปรับข้อมูลงานวิจัยให้อยู่ในรูปของดัชนีมาตรฐาน และแปลงเป็นข้อมูลเชิงปริมาณตามรหัสที่กำหนดคุณลักษณะ ซึ่งการลงรหัสต่าง ๆ ต้องสัมพันธ์กับคุณลักษณะของงานวิจัยและผลวิจัย โดยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและมีเกณฑ์การลงรหัสที่ชัดเจน
ขั้นตอนที่ 3 การวัดตัวแปรจากผลวิจัยด้วยกระบวนการทางสถิติ			
ขั้นตอนที่ 3 การวัดตัวแปรจากผลวิจัย ให้อยู่ในรูปของข้อมูลเชิงปริมาณด้วยกระบวนการทางสถิติ เพื่อให้ได้ค่าดัชนีมาตรฐาน ได้แก่ ค่าขนาดอิทธิพลและค่าความสัมพันธ์งานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์	ขั้นตอนที่ 3 การรวบรวมข้อมูล ระบุ สืบค้น ประเมินและบันทึก โดยการนำสาระที่มี สร้างแบบสอบถาม แบบเก็บข้อมูล และแบบประเมินคุณภาพผลการวิจัย	ขั้นตอนที่ 7 เลือกวิธีที่ทำให้ค่าสถิติปลอดจากความคลาดเคลื่อน ขั้นตอนที่ 8 เลือกเทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่เหมาะสม ขั้นตอนที่ 9 ทำการสังเคราะห์เชิงปริมาณของงานวิจัยแต่ละเรื่อง	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ): สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์อภิมานของแต่ละผู้เชี่ยวชาญอ้างอิงตามแบบของกล้าสและคณะ

กล้าสและคณะ	ศิริยุภา พูลสุวรรณ	อุทุมพร จามรมาน	นงลักษณ์ วิรัชชัย
ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล			
ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณาในการอธิบายลักษณะของข้อมูลพื้นฐาน ใช้สถิติอ้างอิงเพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนของค่าขนาดอิทธิพลเพื่อทราบว่าขนาดอิทธิพลจากงานวิจัยแต่ละเรื่องมีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใดรวมทั้งมีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงานวิจัยกับผลการวิจัยที่สังเคราะห์ได้	ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสังเคราะห์	ขั้นตอนที่ 10 การสรุปผลการสังเคราะห์เป็นตารางหรือกราฟ	ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน โดยเริ่มจาก 1) การเตรียมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ 2) การตรวจสอบการแจกแจงของตัวแปร เป็นขั้นที่ตรวจสอบความครบถ้วนของคุณลักษณะงานวิจัย 3) วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยเสนอค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสำคัญ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรและลักษณะการกระจายของดัชนีมาตรฐาน 4) การวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามวิจัยเป็นการวิเคราะห์ผลวิจัยที่วัดในรูปของดัชนีมาตรฐานว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่ ถ้าไม่แตกต่างก็สามารถสังเคราะห์และสรุปผลการวิจัยได้เลย แต่ถ้าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำเป็นต้องวิเคราะห์เพื่ออธิบายถึงความแปรปรวนของดัชนีมาตรฐานที่เกิดขึ้นเนื่องจากคุณลักษณะงานวิจัย

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.1 (ต่อ): สรุปขั้นตอนการวิเคราะห์อภิมานของแต่ละผู้เชี่ยวชาญอ้างอิงตามแบบของกล้าสและคณะ

กล้าสและคณะ	ศิริยุภา พูลสุวรรณ	อุทุมพร จามรมาน	นงลักษณ์ วิรัชชัย
ขั้นตอนที่ 5 การสรุปและอภิปรายผลการวิเคราะห์อภิมาน			
ขั้นตอนที่ 5 อธิบายความแปรปรวนของผลวิจัย จากการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณซึ่งให้ผลการวิจัยมีอำนาจทางสถิติสูงกว่างานวิจัยโดยทั่วไป ซึ่งนิยมใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเพื่ออธิบายความแปรปรวนของค่าขนาดอิทธิพลและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ได้มากน้อยเพียงใด	ขั้นตอนที่ 5 การสรุป อภิปรายผล และการเสนอรายงาน	ขั้นตอนที่ 11 เขียนรายงานการวิจัย ประกอบไปด้วย 4 ส่วน ได้แก่ บทนำ วิธีการสังเคราะห์ การนำเสนอผลการสังเคราะห์บรรณานุกรม และภาคผนวก	ขั้นตอนที่ 5 ขั้นตอนการสรุปและอภิปรายผลวิจัย เพื่อเชื่อมโยงผลวิจัยที่ได้กับความรู้ในอดีตหรือความรู้ทางทฤษฎี และการให้ข้อเสนอแนะจากวิจัยทั้งหมดทั้งเพื่อเป็นประโยชน์ในทางวิชาการและการปฏิบัติจริง ตลอดจนข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย หรือการสังเคราะห์งานวิจัยต่อไป

2.4 การสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย

ผู้วิจัยได้สำรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสังเคราะห์งานวิจัย โดยการนำเสนอผลของการสังเคราะห์งานวิจัยในสาขาวิชานิเทศศาสตร์ เพื่อให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ที่ผ่านมาแล้ว โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

การสังเคราะห์งานวิจัยสาขาวิชานิเทศศาสตร์ในประเทศไทย ได้แก่ “การสำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้เรื่องสตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย พ.ศ. 2520-2535” (กาญจนา แก้วเทพ และวิลาสินี พิพิธกุล, 2539) “สถานภาพการศึกษาวิจัยการสื่อสารในองค์กรไทยในวิทยานิพนธ์ 2524 - 2541” (พรพรรณ เชยจิตร, 2542) “สถานภาพการศึกษาวิจัยทางการสื่อสารระดับวัฒนธรรมในประเทศไทย” (ภัทรานุจ แสงจันทร์, 2542) “สถานภาพทางการศึกษาสื่อมวลชนไทยโดยนักวิจัยชาวต่างประเทศ” (วิไลวรรณ รุ่งเรืองรัตน์, 2542) “พัฒนาการของการศึกษาและสถานภาพขององค์ความรู้ทางนิเทศศาสตรพัฒนาการในประเทศไทย” (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต, 2545) “การศึกษาสถานภาพขององค์ความรู้ด้านการเพยแพร่นวกรรมในวิทยานิพนธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ 2542 – 2545” (กุลทิชา หุ่นรำภู, 2546) “สถานภาพองค์ความรู้ของการสื่อสารทางการเมืองใน

ประเทศไทย”(อรรถพร กงวิไล, 2547) และ “การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้เรื่องสตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย พ.ศ. 2536 – 2552” (เอกธิดา เสริมทอง, 2553) เป็นต้น โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

การสำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้เรื่องสตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย พ.ศ. 2520 - 2535 (กาญจนา แก้วเทพ และวิลาสินี พิพิธกุล, 2539) พบว่า ตลอดระยะเวลา 15 ปีงานศึกษาสตรีในฐานะผู้รับสารมีมากกว่าผู้ส่งสารถึง 4 เท่า ทางด้านงานศึกษาประเภทของสื่อ พบว่าสื่อสิ่งพิมพ์มีมากกว่าสื่ออิเลคทรอนิกส์ ในเรื่องการใช้สื่อของสตรีนั้น พบว่า ปัจจุบันสตรีไทยสามารถเข้าถึงและได้ใช้สื่อทุกประเภท สำหรับเรื่องการศึกษาพฤติกรรมผู้รับสารสตรี ยังคงมีลักษณะเป็นแบบเดียวกัน คือ การศึกษาการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ และการศึกษาผลกระทบของสื่อ แต่แนวทางการศึกษาที่ยังมีอยู่น้อยมาก คือ การศึกษาเรื่องการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่จะนำไปสู่ความเข้าใจอย่างชัดเจน ในเรื่องความคิดเห็นและความต้องการของสตรีที่มีต่อสื่อมวลชน

สถานภาพการศึกษาวิจัยการสื่อสารในองค์กรไทยในวิทยานิพนธ์ 2524-2541 (พรพรรณ เชยจิตร, 2542) พบว่า ประเด็นที่ศึกษามากที่สุดคือ เรื่องรูปแบบและเนื้อหาของการสื่อสารในองค์กร แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้มากคือ แนวคิดเรื่องความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ข้อค้นพบที่นำไปสู่ความรู้เรื่องการสื่อสารในองค์กรไทย ส่วนใหญ่เน้นประสิทธิภาพของการสื่อสารสองทางและการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการสื่อสาร รูปแบบการสื่อสารระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชาที่มีผลต่อความพึงพอใจในการสื่อสารและการทำงาน การเลือกใช้สื่อภายในองค์กรและการสร้างการยอมรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีการสื่อสารในองค์กร

สถานภาพการศึกษาวิจัยการสื่อสารระดับวัฒนธรรมในประเทศไทย (ภัทรานุจ แสงจันทร์, 2542) พบว่า กรอบแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารระดับวัฒนธรรมที่พบมากคือ แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารระดับวัฒนธรรม ได้แก่ ลักษณะของความแตกต่างทางวัฒนธรรมและค่านิยมต่าง ๆ และบริบทการนำเสนอของสื่อมวลชนและคู่สัมพันธ์ที่พบมาก ได้แก่ คู่สัมพันธ์ในบริบทขององค์กรเช่น ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา และระหว่างเพื่อนร่วมงาน ตัวแปรที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้แบ่งได้เป็นลักษณะทางประชากร รูปแบบพฤติกรรมการสื่อสาร อิทธิพลทางวัฒนธรรม อิทธิพลทางจิตวิทยา การปรับตัว ประสิทธิภาพในการสื่อสาร และทัศนคติและการกระทำปัญหา

สถานภาพทางการศึกษาสื่อมวลชนไทยโดยนักวิจัยชาวต่างประเทศ (วิไลวรรณ รุ่งเรืองรัตน์, 2542) พบว่า สามารถแบ่งผลวิจัยออกเป็นสองช่วงตามพัฒนาการของทฤษฎีสื่อสารมวลชน โดยช่วงแรกเป็นงานระหว่างทศวรรษที่ 50-60 ที่เป็นงานวิจัยของหน่วยงานราชการจากสหรัฐอเมริกาเพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมืองในช่วงสงครามเย็น ในช่วงที่สองคือตั้งแต่ทศวรรษที่ 70 เป็นต้นมา รูปแบบของงานวิจัยมีความสอดคล้องกับพัฒนาการของแนวการศึกษาสื่อมวลชน โดยงานในระยะแรกเป็นงานที่ศึกษาผลกระทบระยะสั้นด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ในช่วงต่อมาจึงเป็นการศึกษาเชิงปริมาณ

ประกอบกับเชิงคุณภาพ และการศึกษาเชิงคุณภาพ ประเด็นการศึกษาพบว่ามีการเปลี่ยนประเด็นทางการเมืองในช่วงแรก มาเป็นการเน้นประเด็นทางวัฒนธรรมตั้งแต่ช่วงหลังทศวรรษที่ 70

พัฒนาการของการศึกษาและสถานภาพขององค์ความรู้ทางนิเทศศาสตรพัฒนาการในประเทศไทย (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต, 2545) พบว่า การศึกษาในสาขานิเทศศาสตรพัฒนาการในประเทศไทยระดับปริญญาโท เริ่มตั้งแต่พ.ศ. 2521 -2544 มีเปิดสอนใน 4 สถาบัน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ หัวเรื่องที่มีจำนวนองค์ความรู้มากที่สุด คือ การสื่อสารกับการเกษตร รองลงมาคือ การสื่อสารสาธารณสุข และการสื่อสารกับการเมืองตามลำดับ จำนวนขององค์ความรู้เมื่อวิเคราะห์ตามทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์แล้ว มีการศึกษาด้านผู้รับสาร (R) ด้านความรู้และพฤติกรรม (KP) และด้านการสื่อสารกับการเกษตร มากที่สุด โดยจำนวนความรู้ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาต่าง ๆ กัน สะท้อนภาพของปัญหาสำคัญ ๆ ในสังคมไทยด้วย

การศึกษาสถานภาพขององค์ความรู้ด้านการเพยแพร่นวกรรมในวิทยานิพนธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ 2542 – 2545 (กุลทิชา หุ่นรำภู, 2546) พบว่า ประเด็นที่มีการศึกษามากที่สุด คือ ผลของนวกรรมที่มีต่อผู้รับสาร แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้มากที่สุด คือ ทฤษฎีการเผยแพร่นวกรรม ข้อค้นพบที่นำมาสู่องค์ความรู้ด้านการเผยแพร่นวกรรม ยังอยู่ในสภาวะการย้ำหรือยืนยัน ข้อค้นพบเดิมตามทฤษฎีการเผยแพร่นวกรรมของโรเจอร์ ส่วนใหญ่เน้นศึกษาพฤติกรรมการยอมรับนวกรรมของผู้รับสาร โดยมุ่งไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยเฉพาะการเปิดรับข่าวสาร กับการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

สถานภาพองค์ความรู้ของการสื่อสารทางการเมืองในประเทศไทย (อรรถพร กงวิไล, 2547) พบว่า ภาพรวมของงานวิจัยด้านการสื่อสารทางการเมืองในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยขอบข่ายงานวิจัยที่ศึกษามากที่สุดคือ พฤติกรรมการสื่อสารทางการเมืองของประชาชน โดยงานวิจัยเชิงปริมาณส่วนใหญ่ใช้การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางการสื่อสารว่ามีอิทธิพลต่อตัวแปรทางการเมืองหรือไม่ ผลการสังเคราะห์พบว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ในส่วนของการสังเคราะห์เชิงคุณภาพ พบว่าองค์ประกอบหลักของกระบวนการสื่อสารทางการเมือง ได้แก่ ผู้ปกครอง สื่อ และประชาชน เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดการสื่อสารทางการเมือง สำหรับงานวิจัยการสื่อสารทางการเมืองในอนาคต ผู้วิจัยควรขยายขอบข่ายเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารทางการเมือง และควรต่อยอดองค์ความรู้มากกว่าพิสูจน์ซ้ำ

การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้เรื่องสตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย พ.ศ. 2536 – 2552 (เอกธิดา เสริมทอง, 2553) พบว่า จากการศึกษาพบประเด็นใหม่ที่เพิ่มจากยุคแรก (ปี พ.ศ. 2520-2535) ที่แสดงให้เห็นว่าสตรีสามารถเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรสื่อมวลชน เนื้อหาด้านบทบาทและสถานภาพของสตรีได้รับความสนใจศึกษามากที่สุด การศึกษาตัวสื่อที่เกี่ยวข้องกับสตรี พบว่าสื่อ

สิ่งพิมพ์ได้รับความสนใจมากกว่าสื่ออิเล็คทรอนิคกว่า 2 เท่าตัว โดยสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารยังคงได้รับความสนใจศึกษามากที่สุด สิ่งที่แตกต่างจากการศึกษาในยุคแรกคือ การเกิดความสนใจในสื่อใหม่ (New Media) เช่น สื่อเว็บไซต์ ที่ได้รับความสนใจมากขึ้น การศึกษาในยุคที่สองมีการวิเคราะห์ผู้รับสารเจาะจงถึงลักษณะพิเศษของความเป็นผู้หญิงมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าการศึกษายุคที่สองใช้กรอบแนวคิดสตรีศึกษาและทฤษฎีเฟมินิสต์ในการวิเคราะห์

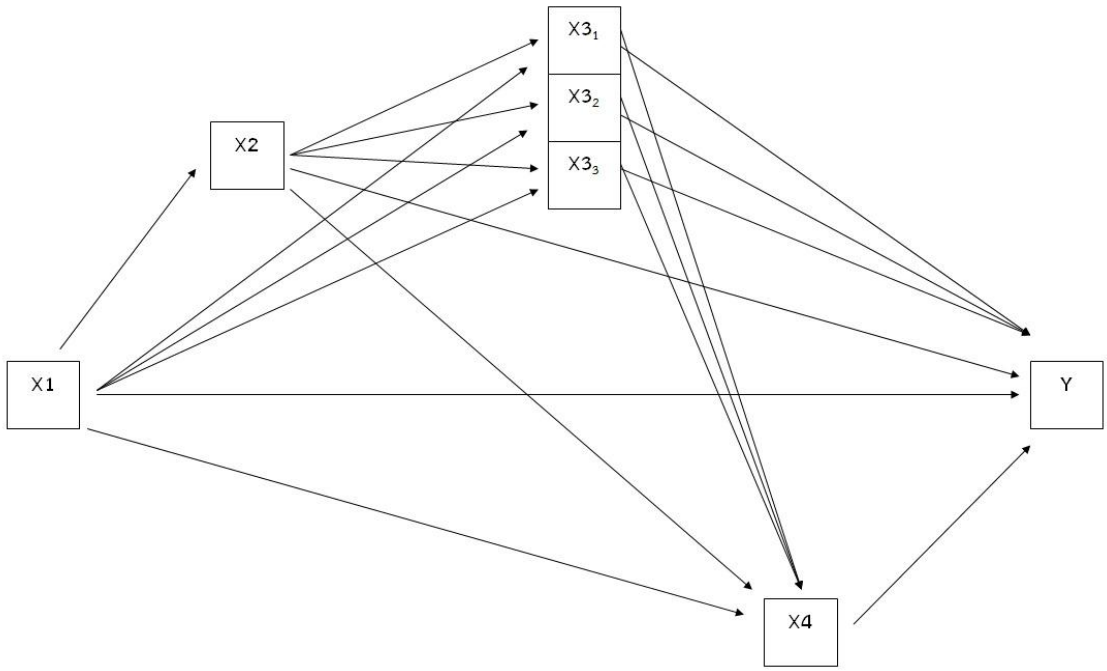
จากทั้งหมดที่กล่าวมา เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยสาขาวิชานิเทศศาสตร์ ที่เลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยด้วยการวิเคราะห์อภิมาน การวิเคราะห์เนื้อหา และการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยการวิเคราะห์อภิมานผสมกับการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งผลจากการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้อ้างอิงกับผลวิจัยในครั้งนี้ เพื่อดูถึงการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

ดังนั้น จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและสำรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์สาขาวิชานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ สามารถสรุปได้ว่าการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้การสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์อภิมาน โดยทำการศึกษาขั้นตอนของนักวิจัยหลายท่านที่กล่าวไปข้างต้น และนำไปปรับปรุงเพื่อให้สะดวกต่อการนำไปใช้จริง โดยขั้นตอนการสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมานในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การค้นหาและรวบรวมงานวิทยานิพนธ์ 2) ศึกษาเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย 3) สังเคราะห์เนื้อหาจากงานวิทยานิพนธ์ โดยรวบรวมข้อมูลทั้งหมดเพื่อปรับปรุงและสร้างเป็นแบบประเมิณคุณลักษณะและแบบประเมิณคุณภาพงานวิทยานิพนธ์ที่เข้ากับงานของตนเอง 4) วิเคราะห์อภิมานงานวิทยานิพนธ์ 5) สรุปผลการวิจัยและนำเสนอผลการสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ทั้งหมด

ตัวแปรของการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรอิสระ จำนวน 22 ตัวแปร ประกอบไปด้วย ตัวแปรคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานวิทยานิพนธ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ 1) คุณลักษณะด้านการพิมพ์และผู้วิจัย 2) คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย และ 3) คุณลักษณะด้านวิธีวิทยาการจัดการ ตัวแปรตาม ได้แก่ ดัชนีมาตรฐานในรูปของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ที่ได้มาจากงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตด้วยการวิเคราะห์อภิมาน จำนวนทั้งหมด 46 เล่ม ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นกรอบในการสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งมีรายละเอียดดังภาพที่ 2.11

2.5 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

ภาพที่ 2.11: กรอบความคิดของงานวิจัย เรื่องการวิเคราะห์อภิมานงานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



X1 = ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านการพิมพ์

X1 = ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์

X2 = ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย

X2 = ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรม

X3 = ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านระเบียบวิธีวิจัย

$X3_1$ = ตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมอยู่ในระดับดี

$X3_2$ = ตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ Cronbach’s alpha

$X3_3$ = ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ

X4 = ตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์

Y = ค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร

บทที่ 3
วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นงานวิจัยที่จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจและสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จัดเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ที่นักศึกษาได้จัดทำขึ้น ทั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมาน โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยเฉพาะวิทยานิพนธ์ที่ตั้งแต่ พ.ศ. 2537 - 2556 ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์อภิมานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรวิชานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ” ผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 5 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดย แบ่งการดำเนินงานเป็น 4 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

1) กำหนดปัญหาวิจัย ที่มีงานวิจัยจำนวนมาก แต่ยังไม่มีผลวิจัยที่ชัดเจน ภายใต้ปัญหาวิจัยเดียวกัน โดยในครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกกำหนดปัญหาวิจัยที่เกี่ยวกับ “คุณภาพของวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เป็นอย่างไร”

2) กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย คือ เพื่อสังเคราะห์ผลงานวิจัยให้ได้เป็นองค์ความรู้ใหม่

3) ศึกษาเอกสารโดยสำรวจวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ในสาขาวิชานิเทศศาสตรมหา-บัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ระหว่าง พ.ศ. 2537 – 2556 และที่เป็นงานวิจัยที่เป็นเชิงปริมาณ โดยพบงานวิทยานิพนธ์เล่มแรกเมื่อปี พ.ศ. 2537 เพื่อสำรวจจำนวนงานวิจัยทั้งหมดที่จะใช้สำหรับทำการสังเคราะห์

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และศึกษาวิทยานิพนธ์ทั้งหมดของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่จะนำมาสังเคราะห์โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 5 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

1) รวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสังเคราะห์งานวิจัย การวิเคราะห์อภิมาน แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร และรวบรวมงานวิทยานิพนธ์ทั้งหมดของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

2) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการสังเคราะห์งานวิจัย การวิเคราะห์อภิมาน และ ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง

3) ศึกษาตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่สำคัญ จากตำราและเอกสารที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาด้วยวิธีการวิเคราะห์อภิมาน

4) ศึกษางานวิจัยของที่เกี่ยวข้อง และงานวิทยานิพนธ์ทั้งหมดของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่จะนำมาสังเคราะห์ เพื่อศึกษารายละเอียดของแนวทางและเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ คาดว่าจะส่งผลต่อความแปรปรวน

5) สร้างกรอบแนวคิดการสังเคราะห์งานวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 การรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 6 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

1) การคัดเลือกงานวิทยานิพนธ์ โดยอาศัยเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นในการคัดเลือกงานวิทยานิพนธ์ที่จะใช้สังเคราะห์ ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกวิทยานิพนธ์มี ดังนี้ 1) ต้องเป็นวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ตีพิมพ์ระหว่างปี พ.ศ. 2537 – 2556 เท่านั้น 2) ต้องเป็นวิทยานิพนธ์ที่เป็นภาษาไทยเท่านั้น 3) วิทยานิพนธ์ต้องศึกษาเกี่ยวกับความรู้ด้านนิเทศศาสตร์หรือการสื่อสาร 4) ต้องเป็นวิทยานิพนธ์ที่ศึกษาด้วยแบบแผนการวิจัยเชิงปริมาณ อีกทั้งต้องเป็นงานวิจัยที่มีการรายงานค่าสถิติพื้นฐาน และเป็นสถิติที่มาจากการทดสอบนัยสำคัญที่เพียงพอต่อการนำไปใช้คำนวณค่าค่าดัชนีมาตรฐาน ซึ่งจากการรวบรวมงานวิทยานิพนธ์ทั้งหมดของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จำนวน 84 เล่ม แต่มีวิทยานิพนธ์ที่เข้าเกณฑ์สำหรับสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ คือเป็นงานเชิงปริมาณและเป็นภาษาไทยจำนวน 48 เล่ม

2) สร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ 2 ส่วน ได้แก่ แบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัยและคู่มือการลงรหัส และแบบประเมินคุณภาพงานวิจัยพร้อมคู่มือลงรหัส หลังจากสร้างเครื่องมือแล้วต้องทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยตรวจสอบความตรงของเนื้อหา จากอาจารย์ที่ปรึกษา และตรวจสอบความเที่ยง โดยประเมินความสอดคล้องระหว่างการประเมินโดยการวัดซ้ำ และพิจารณาจากค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

3) ศึกษาและบันทึกข้อมูลที่ได้จากวิทยานิพนธ์ โดยอ่านจากวิทยานิพนธ์ จำนวน 2 รอบ ในรอบแรกอ่านเพื่อให้ทราบสาระ และรอบสองเพื่อเก็บสาระเพื่อบันทึกคุณลักษณะงานวิจัย

4) ตรวจสอบผลการบันทึกสาระจากวิทยานิพนธ์

5) ประเมินงานวิทยานิพนธ์และบันทึกผลลงแบบประเมินคุณภาพงาน

6) เตรียมแฟ้มข้อมูลของคุณลักษณะ และผลการวิจัยคุณภาพงานวิจัย สำหรับเตรียมวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 8 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

1) เตรียมข้อมูลสำหรับวิเคราะห์ที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนที่ 3

2) ตรวจสอบการแจกแจงของตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้วยสถิติเชิงพรรณนา

3) วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผลการประเมินคุณภาพงานวิจัยด้วยสถิติเชิงพรรณนา

4) วิเคราะห์คุณภาพงานวิจัยด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้วยสถิติอ้างอิง

5) คำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

6) ปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัดของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

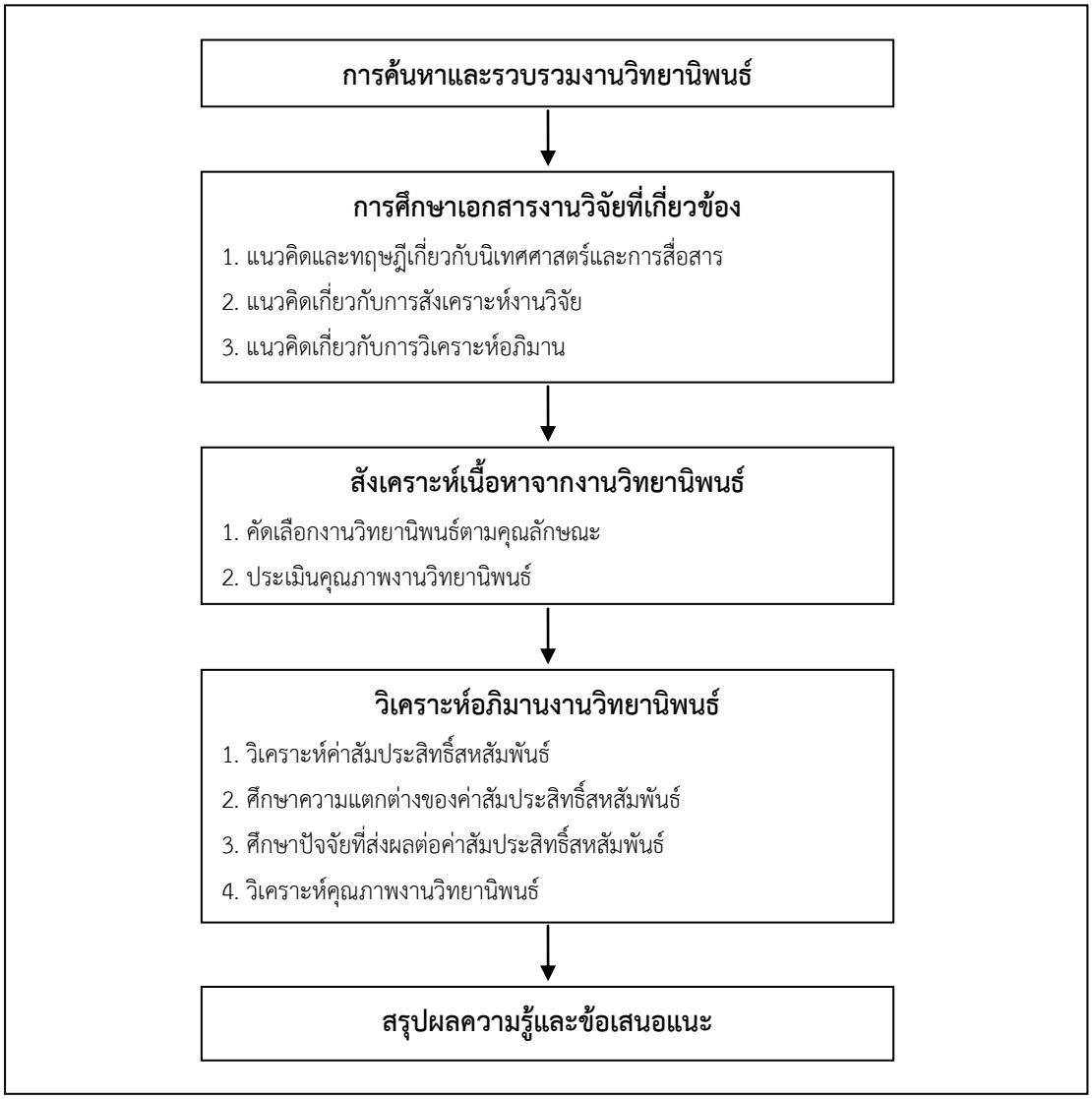
7) วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยเสนอค่าสถิติที่สำคัญเพื่อตรวจสอบการแจกแจงของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทั้งก่อนปรับแก้และหลังปรับแก้ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

8) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามงานวิจัย เป็นการวิเคราะห์ผลวิจัยในรูปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ขั้นตอนที่ 5 การสรุปและนำเสนอรายงานผลการสังเคราะห์

กล่าวโดยสรุป ผู้วิจัยมีการดำเนินขั้นตอนในการวิจัยจำนวน 5 ขั้นตอน เริ่มจากรวบรวมข้อมูลและศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาจัดทำกรอบแนวคิดในการทำวิจัย เมื่อได้กรอบแนวคิดแล้ว ผู้วิจัยจะคัดเลือกงานวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องและประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์ที่เข้าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้รับมารวบรวมเป็นหมวดหมู่และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นและวิธีวิเคราะห์อภิมาน สุดท้ายคือการสรุปผลและข้อเสนอแนะที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังภาพที่ 3.1

ภาพที่ 3.1: ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย



3.2 แหล่งข้อมูลของการวิจัย

เอกสารที่ใช้ศึกษา คือ วิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 – 2556 โดยผู้วิจัยเกณฑ์ในการคัดเลือกงานวิจัย ดังนี้

1) ต้องเป็นวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ตีพิมพ์ระหว่างปี พ.ศ. 2537 – 2556 เท่านั้น

2) ต้องเป็นวิทยานิพนธ์ที่เป็นภาษาไทยเท่านั้น

3) วิทยานิพนธ์ต้องศึกษาเกี่ยวกับความรู้ด้านนิเทศศาสตร์หรือการสื่อสาร

4) ต้องเป็นวิทยานิพนธ์ที่ศึกษาด้วยแบบแผนการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นงานวิจัยที่มีการรายงานค่าสถิติพื้นฐาน และเป็นสถิติที่มาจากการทดสอบนัยสำคัญที่เพียงพอต่อการนำไปใช้คำนวณค่าดัชนีมาตรฐาน

ขั้นตอนในการคัดเลือกงานวิทยานิพนธ์เชิงปริมาณเพื่อนำมาสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมาน ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการ ดังนี้

1) สำรวจรายชื่องานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ จากระบบสืบค้นฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จากบัณฑิตวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และจากระบบสืบค้นฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ในอินเทอร์เน็ต (Thai Digital Collection) โดยใช้คำสำคัญคือ วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปริญญาโทหรือนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต เลือกที่เป็นงานวิทยานิพนธ์เชิงปริมาณ และต้องเป็นงานที่ทำเป็นภาษาไทย ซึ่งจำทำขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2537 -2556 และสามารถรวบรวมรายชื่อได้จำนวน 83 เล่ม

2) เมื่อได้รายชื่อของวิทยานิพนธ์ทั้งหมดแล้ว จึงสำรวจและค้นหาตัวเล่มจริงของวิทยานิพนธ์ตามรายการที่ได้สืบค้นจากระบบสืบค้นฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จากบัณฑิตวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และจากระบบสืบค้นฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ในอินเตอร์เน็ต (Thai Digital Collection) และทำการคัดลอกสำเนาของงานวิทยานิพนธ์เหล่านั้นทั้งหมด เพื่อนำมาคัดเลือกในขั้นต่อไป

3) สำรวจเนื้อหาในงานวิทยานิพนธ์ทั้งหมดว่ามีคุณสมบัติเข้าเกณฑ์ในการคัดเลือกงานวิจัยที่กำหนดไว้หรือไม่ ซึ่งได้จำนวนวิทยานิพนธ์ที่เข้าเกณฑ์ดังนี้

จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพที่เปิดให้มีการเรียนการสอนตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2537 - 2556 มีวิทยานิพนธ์จำนวนทั้งหมด 157 เล่ม เป็นวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จำนวน 84 เล่ม มีวิทยานิพนธ์ที่เข้าเกณฑ์สำหรับสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ คือเป็นวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2537 - 2556 เป็นงานเชิงปริมาณและเป็นภาษาไทยเท่านั้น จำนวน 46 เล่ม โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1: รายชื่อวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ใช้สำหรับการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์

จำนวน	รายชื่อวิทยานิพนธ์	ผู้จัดทำ	ปีที่ตีพิมพ์
1	บทบาทของการโฆษณาในการสนับสนุนสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด กรณีศึกษา: ปูนซีเมนต์ตราทีพีไอ	ณัฐแก้ว ข้องรอด	2537
2	ทัศนคติของผู้บริโภคต่อสิ่งเร้าใจทางเพศในงานโฆษณาทางสื่อนิตยสาร: กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติ ปีการศึกษา 2539 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ	พจนา สัจจาศิลป์	2539
3	ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร 2 มิถุนายน 2539 ของผู้มีอายุ 18-19 ปี	มะลิวัลย์ ธนชาติบรรจง	2539
4	ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในบริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย: การประยุกต์แนวทางการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และการสนองตอบความพึงพอใจ	ศุทธินี บุญบงการ	2539
5	ปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการวิทยุทางสถานี 98.0 กรี๊ด เอฟ.เอ็ม.สไมล์ เรดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานคร	ชัยยุทธ เลาหชนะกูร	2540
6	การสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล	วัลลภา เฉลิมวงศาเวช	2540
7	การศึกษาทัศนคติของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยเอกชนที่มีต่อภาพยนตร์ไทย	ศิริรังษี สุดโต	2540
8	การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการจราจรของผู้ขับขี่ในเขตกรุงเทพมหานคร	สมศักดิ์ โอภาสเจริญกิจ	2540
9	ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้บริหารที่มีต่อบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์	กิตติสุดา เอตัญญะกุล	2542

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): รายชื่อวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ใช้สำหรับการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์

จำนวน	รายชื่อวิทยานิพนธ์	ผู้จัดทำ	ปีที่ตีพิมพ์
10	การประเมินประสิทธิผลโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์: ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทรีเจนซี่ บรั่นดีไทย	ขจรจิต บุนนาค	2542
11	การศึกษาวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์การตลาดของนักประชาสัมพันธ์องค์การธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร	จุฑามาศ ลิ้มไพบูลย์	2542
12	การรับรู้ของวัยรุ่นต่อภาพยนตร์โฆษณาแนวอารมณ์ขันทางโทรทัศน์	รัชนันทน์ คัยนันทน์	2542
13	ภาพลักษณ์กรุงเทพมหานครในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในปี ค.ศ. 1999	รณพร แววภักดี	2542
14	การสำรวจการรับรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์การโฆษณาเปรียบเทียบ: ศึกษาเฉพาะกรณีโฆษณาเปรียบเทียบระหว่างบริษัทโทเทิ่ล แอคเซส คอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)	กรณิการ์ รักธรรม	2543
15	การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี 2000	ตรัยสุดา เลี้ยงไพศาล	2543
16	การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ลดมลพิษทางอากาศของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร	เกศราภรณ์ สืบสุรีย์กุล	2544
17	การรับรู้และทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของพรรคความหวังใหม่เปรียบเทียบระหว่างประชาชนในกรุงเทพมหานครและประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: สำรวจในช่วงการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2544	ญาณี สุทินเผือก	2544

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): รายชื่อวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ใช้สำหรับการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์

จำนวน	รายชื่อวิทยานิพนธ์	ผู้จัดทำ	ปีที่ตีพิมพ์
18	ผลที่เกิดจากการโฆษณาเสื้อผ้าแฟชั่นในนิตยสารที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของวัยรุ่นสตรี ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนสายสามัญเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร	ดวงสมร อัตนโถ	2544
19	ความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารทางเศรษฐกิจที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	ลัดดา โปษยะพิสิษฐ์	2544
20	การสำรวจทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนต่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีผู้สูงอายุปรากฏอยู่	สุชัย เจียระสุพัฒน์	2544
21	การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาแนวอารมณ์ขันที่มีเนื้อหาทางไสยศาสตร์กับภาพยนตร์โฆษณาที่ไม่มีเนื้อหาทางไสยศาสตร์	ชุลีพร กงชัย	2545
22	ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	ปรางสมร แก้วเนียม	2545
23	การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร	พิชญ์สินี พงษ์จงมิตร	2545
24	ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองกับความคาดหวังภาพลักษณ์พรรคการเมืองของนักศึกษาปริญญาตรี	ดวงกมล เกษมสวัสดิ์	2546
25	การรับรู้และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ในข่าวสารการให้บริการโทรศัพท์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย	เปรมกมล เปลี่ยนเที่ยงธรรม	2546

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): รายชื่อวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ใช้สำหรับการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์

จำนวน	รายชื่อวิทยานิพนธ์	ผู้จัดทำ	ปีที่ตีพิมพ์
26	ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครต่อการใช้ผู้ประกาศข่าวที่มีชื่อเสียงนำเสนอสินค้าเพื่อการโฆษณาทางโทรทัศน์	ฟิสิกส์ บัวกนก	2546
27	การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการใช้ประโยชน์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผู้บริโภครถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร	มนัสนันท์ เธียรสว่างคุณ	2546
28	การศึกษาความสัมพันธ์ของทักษะการตั้งใจฟังกับโอกาสประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรองของเจ้าหน้าที่ตำรวจ กรณีการพยายามฆ่าตัวตาย	มัลลิกา ไกรสนธิ์	2546
29	ความพึงพอใจในลักษณะภาษาท่าทางของคู่สื่อสารระหว่างหัวหน้างานและผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจกองถ่ายละครโทรทัศน์	วสุธีร์ มีสุข	2546
30	การเปิดรับ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโฆษณา ความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าต่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในสภาวะการแข่งขัน: ศึกษากรณีการโฆษณาเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเอไอเอสและดีแทค	สาวิตรี ชีวะสาธน์	2547
31	อิทธิพลของลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้ ความสนใจ ความรู้ และส่วนประสมการตลาดที่มีต่อทัศนคติและการยอมรับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์	รวิน ไชยโย	2548
32	ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงาน และความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของเจ้าหน้าที่ตำรวจนครบาล	ศรีวิภา แสงเรือง	2549
33	ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการอ่านนิตยสาร "ชีวจิต" ของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพฯ	ณฆศร ไทยสามเสน	2550

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): รายชื่อวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ใช้สำหรับการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์

จำนวน	รายชื่อวิทยานิพนธ์	ผู้จัดทำ	ปีที่ตีพิมพ์
34	การศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงแรมที่มีผลต่อความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของลูกค้าในโรงแรมเขตกรุงเทพมหานคร	ปัทมา วงษ์วนิชกิจ	2550
35	ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจรกับภาพลักษณ์ความพึงพอใจและการยอมรับที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร	วิชชุดา ถิรบวรสกุล	2550
36	การแสวงหาข่าวสาร และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อผิวขาว กลูตาไธโอน ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ภคิน ส่องพราย	2553
37	ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน กับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมลดโลกร้อนของนิสิต นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกทม.	ภวรัญชน์รัตน์ ภู่วิจิตร์	2554
38	การเปิดรับและทัศนคติของผู้หญิงที่มีต่อบทความเชิงโฆษณาในนิตยสารผู้หญิง	กรรณิการ์ อุดมมงคล	2555
39	การวิเคราะห์อภิมานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในงานสื่อสาร	ญาณิศร สมศิริ	2555
40	การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความไว้วางใจ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค กรณีศึกษาตราสินค้าแอปเปิล	ธีรภัทร์ ศุจิจันทรรัตน์	2555
41	การรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 กับมิติความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน	นุชจรี ก้อนนาค	2555

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.1 (ต่อ): รายชื่อวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ใช้สำหรับการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์

จำนวน	รายชื่อวิทยานิพนธ์	ผู้จัดทำ	ปีที่ตีพิมพ์
42	ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อธรรมะกับความรู้เกี่ยวกับหลักคำสอน ความเชื่อในพระพุทธศาสนา และการกระทำความดีตามแนวพระพุทธศาสนาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร	ศาวดี วิสารทวิศิษฎ์	2556
43	ระดับการเปิดรับการสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทย และการชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร	สุดใจ คุ้มผาติกุล	2555
44	ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัว รูปแบบการดำเนินชีวิตรูปแบบความผูกพันภายในครอบครัว กับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และการติดเกมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร	จุฬาลักษณ์ ประจะเนย์	2556
45	การแสดงตัวตนของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์บนเว็บไซต์ยูทูบดอทคอม	ดารานิตย์ คงเทียม	2556
46	การนำเสนอตัวแบบด้านบวกของการทำศัลยกรรมเสริมความงามในนิตยสารแฟชั่นและบันเทิงไทยและการตอบสนองของวัยรุ่นสตรีไทย	ยุภาพร ขจรโกศล	2556

นอกนั้นเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 25 เล่ม งานวิจัยแบบผสมผสาน (ปริมาณและคุณภาพ) จำนวน 11 เล่ม งานวิจัยเชิงทดลอง จำนวน 2 เล่ม และเป็นวิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ) จำนวน 24 เล่ม เป็นงานวิทยานิพนธ์ของสาขาวิชาอื่น จำนวน 49 เล่ม รวมทั้งสิ้นจำนวน 111 เล่ม ซึ่งไม่เข้าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (ตารางแสดงจำนวนไว้ภาคผนวก ค)

3.3 คำจำกัดความในงานวิจัย

1) การสังเคราะห์งานวิจัย คือ กระบวนการในการศึกษาหาข้อเท็จจริงเพื่อตอบปัญหาวิจัย โดยผ่านการรวบรวมงานวิจัยที่มีปัญหาวิจัยเหมือนกัน มาจัดเป็นหมวดหมู่ และทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติ เพื่อให้ได้คำตอบที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปใช้ได้ต่อไป

2) การวิเคราะห์อภิมาน คือ วิธีการทางการวิจัยที่ใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณหลาย ๆ เรื่องที่ศึกษาปัญหาเดียวกันเพื่อให้ได้ข้อสรุปจากงานวิจัยทั้งหมดได้ชัดเจนกว่าเดิม โดยใช้วิธีการทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งข้อมูลที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์อภิมานประกอบด้วยผลการวิจัยในรูปของดัชนีมาตรฐาน ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หรือค่าขนาดอิทธิพลที่เป็นตัวแปรตาม และลักษณะของงานวิจัยที่เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งผลจากการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยวิธีอภิมานจะทำให้ได้ผลการสังเคราะห์ที่ลึกซึ้งกว่างานวิจัยทั่วไป

3) ดัชนีมาตรฐาน คือ ค่าสถิติที่ใช้แสดงผลวิจัยระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยในงานวิจัยเชิงทดลอง จะเรียกค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) ส่วนในงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ จะเรียกว่าค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1) ค่าขนาดอิทธิพล คือ ค่าที่บอกปริมาณหรือขนาดอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม

3.2) ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ คือ ค่าที่บอกปริมาณหรือขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ใช้ในการสังเคราะห์งานวิจัยครั้งนี้คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร ซึ่งแยกประเภทจากตัวแปรตามของวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพรวมทั้งหมด 46 เล่ม สามารถแบ่งเป็น 6 ประเภท ได้แก่ (1) ตัวแปรทางด้านพฤติกรรม (2) ตัวแปรทางด้านทัศนคติ (3) ตัวแปรด้านความคิดเห็น (4) ตัวแปรด้านความพึงพอใจ (5) ตัวแปรด้านการเปิดรับสื่อ และ (6) ตัวแปรด้านความต้องการ ความคาดหวัง และแรงจูงใจ)

4) คุณลักษณะงานวิจัย คือ ตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบที่ใช้ในงานวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ตัวแปรจัดประเภท กับตัวแปรต่อเนื่อง

4.1) ตัวแปรจัดประเภท คือ การจัดแบ่งประเภทของตัวแปรคุณลักษณะที่จะนำมาวิเคราะห์ โดยตัวแปรจัดประเภทสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านการพิมพ์และผู้วิจัย คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระ และคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1) คุณลักษณะด้านการพิมพ์และผู้วิจัย คือ ข้อมูลที่เกี่ยวกับการพิมพ์งานวิจัย และลักษณะของผู้วิจัย ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้คุณลักษณะด้านการพิมพ์และผู้วิจัยประกอบไปด้วย ปีที่จัดทำงานวิจัยเสร็จ ได้แก่ พ.ศ. 2537 - 2556 และเพศของผู้วิจัย แบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง

4.1.2) คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระ คือ ข้อมูลที่เกี่ยวกับเนื้อหาสะระต่าง ๆ ของงานวิจัยที่ใช้ประเมิน ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระ ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ของการวิจัย แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสาขาวิชานิเทศศาสตร์และการสื่อสาร

4.1.3) คุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย คือ ข้อมูลที่เกี่ยวกับวิธีดำเนินการวิจัยหรือขั้นตอนในการทำวิจัยทั้งหมด ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระ ประกอบไปด้วย ประเภทของการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้คอมพิวเตอร์ ประเภทของเครื่องมือที่ใช้ คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ประเภทของสมมติฐาน และแบบแผนงานวิจัย

4.2) ตัวแปรต่อเนื่อง คือ ตัวแปรที่มีค่าต่าง ๆ ต่อเนื่องกันทุกค่า ประกอบไปด้วย จำนวนหน้าทั้งหมด จำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก จำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมด จำนวนวัตถุประสงค์ จำนวนตัวแปรอิสระ จำนวนตัวแปรตาม จำนวนของสมมติฐาน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวนของเครื่องมือ จำนวนวิธีวิเคราะห์ ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล และคะแนนประเมินคุณภาพงานวิจัย ตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนด

5) คะแนนคุณภาพงานวิจัย คือ คุณสมบัติด้าน ความถูกต้อง ความเหมาะสม และความน่าเชื่อถือของรายงานการวิจัย โดยจะมีองค์ประกอบที่ใช้ในการประเมิน 30 ด้าน (รายละเอียดแสดงไว้ในภาคผนวก ง) ซึ่งในการประเมินคุณภาพงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนการประเมินในระดับต่าง ๆ โดยแบ่งเป็นมาตรการประเมิน 5 ระดับ ตั้งแต่ 0-4 (รายละเอียดแสดงไว้ในภาคผนวก จ)

3.4 ตัวแปรและข้อมูลในงานวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ได้แก่ ค่าดัชนีมาตรฐานที่ได้มาจากงานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้วยการวิเคราะห์อภิมาน

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตัวแปรคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับงานวิทยานิพนธ์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ตัวแปรจัดประเภท และตัวแปรต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ตัวแปรจัดประเภท ประกอบด้วย

1.1) ตัวแปรคุณลักษณะด้านการพิมพ์และผู้วิจัย

- ปีที่จัดทำงานวิจัยเสร็จ ได้แก่ พ.ศ. 2537 - 2556
- เพศของผู้วิจัย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) เพศชาย (2) เพศหญิง
- ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) ศาสตราจารย์ (2) รองศาสตราจารย์ (3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และ (4) อาจารย์/ ดร.

1.2) ตัวแปรคุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย

- วัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ (1) เพื่อบรรยาย (2) เพื่อศึกษา (3) เพื่อเปรียบเทียบ (4) เพื่อหาความสัมพันธ์ (5) เพื่ออธิบาย (6) เพื่อวิเคราะห์ และ (7) เพื่อสังเคราะห์
- แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ (1) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารส่วนบุคคล (2) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล (3) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารกลุ่ม (4) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร (5) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน และ (6) ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เป็นต้น (ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแสดงไว้ในภาคผนวก ฉ)
- รูปแบบการอภิปราย แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) อ้างอิงกับทฤษฎี (2) อ้างอิงกับงานวิจัย (3) อ้างอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย และ (4) อาศัยรูปแบบของผู้วิจัย

1.3) ตัวแปรคุณลักษณะด้านวิธีวิทยาการจัดการ

- ประเภทของสมมติฐาน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) ไม่มีสมมติฐาน (2) สมมติฐานแบบมีทิศทาง (3) สมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง และ (4) สมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีทิศทาง
- วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 11 กลุ่ม ได้แก่ (1) การใช้กลุ่มประชากรศึกษา (2) การสุ่มอย่างง่าย (3) การสุ่มอย่างเป็นระบบ (4) การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (5) การสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (6) การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (7) การสุ่มแบบสะดวก (8) การสุ่มแบบโควตา (9) การสุ่มแบบเจาะจง (10) การสุ่มแบบลูกโซ่ และ (11) ไม่ระบุการสุ่มตัวอย่าง
- ประเภทของเครื่องมือที่ใช้ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ (1) แบบสอบถาม (2) แบบสัมภาษณ์ (3) แบบสำรวจ (4) แบบประเมิน และ (5) อื่น ๆ
- คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ (0) ไม่ระบุคุณภาพเครื่องมือ (1) ต่ำมาก (2) ต่ำ (3) ปานกลาง (4) ดี และ (5) ดีมาก

- การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) การตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษา (2) การตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างของแบบสอบถาม (3) การตรวจสอบทั้งเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถาม และ (4) ไม่ระบุการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา

- วิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหา แบ่งออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ (1) อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว (2) อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติตรวจสอบ (3) อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบ (4) อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ (5) ผู้เชี่ยวชาญหลายคนที่มีความเชี่ยวชาญหลายด้านตรวจสอบ และ (6) ไม่ระบุวิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหา

- การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้คอมพิวเตอร์ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) ใช้ (2) ไม่ใช้ และ (3) ไม่ระบุการใช้คอมพิวเตอร์

- ประเภทของการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 8 กลุ่ม ได้แก่ (1) Descriptive Stat (2) t-test (3) Chi-square (4) Pearson Correlation (5) Multiple Regression (6) One-way ANOVA (7) two-way ANOVA และ (8) อื่น ๆ

- ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) 1-30 วัน (2) 31-60 วัน และ (3) ไม่ระบุระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

2) ตัวแปรต่อเนื่อง ประกอบไปด้วย (1) จำนวนหน้าทั้งหมด (2) จำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก (3) จำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมด (4) จำนวนวัตถุประสงค์ (5) จำนวนแนวคิดทฤษฎี (6) จำนวนตัวแปรอิสระ (7) จำนวนตัวแปรตาม (8) จำนวนของสมมติฐาน (9) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (10) จำนวนรวมของเครื่องมือ (11) ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ และ (12) จำนวนวิธีวิเคราะห์

ตัวแปรตาม ได้แก่ ค่าดัชนีมาตรฐานในรูปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร ที่ได้มาจากงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ด้วยการวิเคราะห์อภิมาน โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารสามารถแบ่งเป็น 6 ประเภท ได้แก่

1) ตัวแปรทางด้านพฤติกรรม 2) ตัวแปรทางด้านทัศนคติ

3) ตัวแปรด้านความคิดเห็น 4) ตัวแปรด้านความพึงพอใจ

5) ตัวแปรด้านการเปิดรับสื่อ 6) ตัวแปรด้านความต้องการ ความคาดหวัง และแรงจูงใจ

3.5 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย เครื่องมือ 2 ชุด ได้แก่ แบบบันทึกคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์ (แสดงไว้ในภาคผนวก ช) และแบบประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์ (แสดงไว้ในภาคผนวก ซ) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.5.1 แบบบันทึกข้อมูลคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์ คือ แบบบันทึกข้อมูลเบื้องต้นของคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์ โดยแบ่งออกเป็น คุณลักษณะด้านการพิมพ์และผู้วิจัย คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิทยานิพนธ์ และคุณลักษณะด้านวิธีวิทยาการจัดการงานวิทยานิพนธ์ โดยแยกเป็นตัวแปรจัดประเภทและตัวแปรต่อเนื่อง

ขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี ดังนี้

1) ศึกษาตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมาน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบของประเด็นและข้อคำถามในแบบบันทึกข้อมูลคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์ โดยแบบบันทึกลักษณะงานวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนามาจากแบบบันทึกลักษณะงานวิจัยของ นงลักษณ์ วิรัชชัย และสุวิมล ว่องวาณิช (2545); วรรณี อริยสินสมบูรณ์ (2544) และภิรดี วัชรสินธุ์ (2544) โดยแบ่งออกเป็นตัวแปรจัดประเภทและตัวแปรต่อเนื่อง ที่มีคุณลักษณะงานวิจัย 3 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2: ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยแยกตามประเภทของตัวแปร

คุณลักษณะงานวิจัย	ตัวแปรจัดประเภท	ตัวแปรต่อเนื่อง
1. คุณลักษณะด้านการพิมพ์และผู้วิจัย	- ปีที่ทำงานวิจัยเสร็จ - เพศผู้วิจัย - ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา	- จำนวนหน้าทั้งหมด - จำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก
2. คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย	- วัตถุประสงค์ของการวิจัย - แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร - รูปแบบการอภิปราย	- จำนวนวัตถุประสงค์ - จำนวนของสมมติฐาน - จำนวนตัวแปรอิสระ - จำนวนตัวแปรตาม - จำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมด

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 3.2 (ต่อ): ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยแยกตามประเภทของตัวแปร

คุณลักษณะงานวิจัย	ตัวแปรจัดประเภท	ตัวแปรต่อเนื่อง
3. คุณลักษณะด้านวิธีวิทยาการจัดการวิจัย	- ประเภทของสมมติฐาน - วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง - ประเภทของเครื่องมือที่ใช้ - คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม - การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา - วิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหา - การวิเคราะห์ข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์ - ประเภทของการวิเคราะห์ข้อมูล - ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	- ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง - จำนวนของเครื่องมือ - จำนวนวิธีวิเคราะห์ - ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

2) สร้างแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์ โดยมีลักษณะเป็นแบบบันทึกข้อมูลที่เป็นการกำหนดรหัสสำหรับบันทึกค่าในแต่ละรายการ ผู้วิจัยได้แยกรหัสที่ใช้ในการลงบันทึกเป็นคู่มือสำหรับลงรหัสของแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์ และแบบลงบันทึกคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์ เมื่อสร้างเสร็จแล้วจึงนำแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์ไปทดลองเก็บข้อมูลจากงานวิทยานิพนธ์ที่จะนำมาสังเคราะห์จำนวน 10 เรื่อง เพื่อตรวจสอบความชัดเจนของภาษาที่ใช้ในข้อคำถาม รวมไปถึงทดสอบความครอบคลุมในการเก็บข้อมูล จากนั้นจึงปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความถูกต้องชัดเจน และได้แบบบันทึกคุณลักษณะที่บันทึกข้อมูลได้ตรงประเด็นมากขึ้น

3) นำแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์ไปให้ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความความตรงของเนื้อหา และความครอบคลุมในการเก็บข้อมูลคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์ก่อนนำไปปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง

4) เมื่อปรับปรุงแก้ไขแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์แล้ว ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยต้องทดลองบันทึกข้อมูลจากงานวิทยานิพนธ์เล่มเดียวกันอย่างน้อง 2 ครั้ง รวมถึงให้ผู้ช่วยวิจัยทำการประเมินร่วมกันอีก 1 ครั้ง แล้วนำผลการประเมินที่ได้มาสรุปเป็นคะแนนของค่าความสอดคล้องในการประเมินคุณลักษณะงานวิจัย ที่มีจำนวน 16 ข้อ เพื่อศึกษาความสอดคล้องของการประเมินคุณลักษณะงานวิจัยว่าสอดคล้องกันหรือไม่ โดยใช้สูตรสำหรับคำนวณค่าความสอดคล้องในการประเมินคุณลักษณะงานวิจัยและเกณฑ์ในการแปลผลค่าความสอดคล้องการประเมิน

คุณลักษณะงานวิจัย (Copper & Hedges, 1994 และวัยญา ยิ้มย้วน, 2547 อ้างใน ญานิศร สมศิริ, 2555) (สูตรในการคำนวณค่าความสอดคล้องในการประเมินแสดงไว้ในภาคผนวก ฌ)

ทั้งนี้ หากผลคะแนนของการประเมินคุณลักษณะงานวิจัยมีความสอดคล้องกัน คือ อยู่ในเกณฑ์ที่งานวิจัยมีความสอดคล้องกันในระดับดี และในระดับดีมาก ผู้วิจัยจึงจะนำแบบประเมินคุณลักษณะงานวิจัยไปใช้ได้จริง

3.5.2 แบบประเมินคุณภาพงานวิจัย คือ แบบประเมินที่นำไปใช้ประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์แต่ละเรื่อง มีจำนวนข้อทั้งหมด 30 ข้อ โดยมีลักษณะการประเมิน 5 ระดับ คือ ระดับต่ำ ระดับค่อนข้างต่ำ ระดับปานกลาง ระดับค่อนข้างสูง และระดับสูง ซึ่งจะมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละระดับ และเกณฑ์ในการแปลผลการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์ (เกณฑ์การให้คะแนนการประเมินและการแปลผลแสดงใน ภาคผนวก ญ)

ขั้นตอนการสร้างแบบประเมินคุณภาพในงานวิทยานิพนธ์ ดังนี้

1) ศึกษาตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย และศึกษาในส่วนของการประเมินคุณภาพงานวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากงานสังเคราะห์งานวิจัยของสำนักงานสภาเลขาธิการสภาการศึกษาโดย นงลักษณ์ วิรัชชัย (2552) เพื่อเป็นแนวทางในกำหนดเนื้อหาและรูปแบบในการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์ และนำมาประยุกต์ให้เข้ากับงานการประเมินของสาขาวิชาทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร

2) กำหนดประเด็นและหัวข้อในการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์ โดยกำหนดประเด็นการประเมินตามองค์ประกอบของการวิจัย และสร้างเป็นแบบประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์ โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนการประเมินในระดับต่าง ๆ 5 ระดับ ได้แก่ ระดับต่ำ ระดับค่อนข้างต่ำ ระดับปานกลาง ระดับค่อนข้างสูง และระดับสูง โดยมีจำนวนข้อทั้งหมด 30 ข้อ จากนั้นนำแบบประเมินคุณภาพงานวิจัยที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ประเมินงานวิทยานิพนธ์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 เล่ม เพื่อตรวจสอบความชัดเจนของภาษาที่ใช้ในข้อคำถาม รวมไปถึงทดสอบความครอบคลุมในการเก็บข้อมูล จากนั้นจึงปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้เกิดความถูกต้องชัดเจน และได้แบบประเมินคุณภาพงานที่เที่ยงตรงมากขึ้น (โครงสร้างของแบบประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์ แสดงไว้ใน ภาคผนวก ฎ)

3) นำแบบประเมินคุณภาพงานวิจัย เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความชัดเจนและความครอบคลุมของประเด็นที่จะประเมินในแบบประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์ จากนั้นนำคำแนะนำที่ได้มาแก้ไขแบบประเมินคุณภาพงานตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้เสนอแนะ

4) เมื่อแบบประเมินคุณภาพงานวิจัยผ่านการตรวจสอบและแก้ไขแล้ว ผู้วิจัยจะใช้ประเมินวิทยานิพนธ์ที่คัดเลือกไว้จำนวน 2 ครั้ง และจับคู่ประเมินกับผู้ช่วยวิจัยอีก 1 ครั้ง เพื่อตรวจสอบความเที่ยงในการประเมิน ซึ่งผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะทดลองประเมินงานจำนวน 10 เล่ม แล้วนำคะแนนการประเมินมาตรวจสอบหาค่าความสอดคล้องในการประเมินของแบบประเมินคุณภาพงานวิจัย ที่มีจำนวน 30 ข้อ โดยใช้สูตรสำหรับคำนวณค่าความสอดคล้องในการประเมินคุณภาพงานวิจัยและเกณฑ์ในการแปลผลค่าความสอดคล้องการประเมินคุณภาพงานวิจัย (Copper & Hedges, 1994 และวัยญา ยิ้มย้วน, 2547 อ้างใน ญานิศร สมศิริ, 2555) (สูตรในการคำนวณค่าความสอดคล้องในการประเมินแสดงไว้ในภาคผนวก ฌ)

ทั้งนี้ หากพบว่าผลการประเมินส่วนใหญ่ที่ได้มีความสอดคล้องกันคือ อยู่ในเกณฑ์ที่งานวิจัยมีความสอดคล้องกันในระดับดีและในระดับดีมาก ผู้วิจัยจึงจะนำแบบประเมินคุณลักษณะงานวิจัยไปใช้ได้จริง

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) สำรวจรายชื่อวิทยานิพนธ์ของสาขาวิชานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ศึกษาเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร จากระบบสืบค้นฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ จากบัณฑิตวิทยาลัยของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ และจากระบบสืบค้นฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ในอินเทอร์เน็ต (Thai Digital Collection) โดยวิทยานิพนธ์ดังกล่าวต้องจัดทำขึ้นในปี พ.ศ. 2537 - 2556 เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ และเป็นภาษาไทย โดยผู้วิจัยจะเลือกวิทยานิพนธ์ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนดและบันทึกข้อมูลของวิทยานิพนธ์ลงแบบบันทึกวิจัย

2) ศึกษาและบันทึกข้อมูลที่ได้จากวิทยานิพนธ์ โดยผู้วิจัยจำเป็นต้องอ่านงานวิทยานิพนธ์ที่ผ่านการคัดเลือกมาแล้วโดยละเอียด เพื่อบันทึกข้อมูลที่เป็นคุณลักษณะงานวิจัย ผลการวิจัย รวมทั้งค่าสถิติต่าง ๆ ลงในแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัย

3) ตรวจสอบผลที่ได้จากการบันทึกข้อมูลที่ได้ หากไม่ชัดเจนจำเป็นต้องอ่านและบันทึกเพิ่มเติม

4) ประเมินคุณภาพงานวิจัย และบันทึกผลลงในแบบการประเมินคุณภาพงานวิจัย

5) ลงรหัสตัวแปรต่าง ๆ รวมไปถึงจัดเตรียมแฟ้มข้อมูลของคุณลักษณะงานวิจัยโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ขั้นตอน ตามแนวทางของ นงลักษณ์ วิรัชชัย (2552) และญานิศร สมศิริ (2555) ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ ประกอบไปด้วย

1.1) วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของงานวิจัยด้านคุณลักษณะงานวิจัยที่เป็นตัวแปรจัดประเภท วิเคราะห์โดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.2) วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของงานวิจัยด้านคุณลักษณะงานวิจัยที่เป็นตัวแปรต่อเนื่อง วิเคราะห์โดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแจกแจงความถี่ ความเบ้ ความโด่ง ค่าสูงสุดและค่าต่ำสุด

2) วิเคราะห์การประเมินคุณภาพงานวิจัย วิเคราะห์โดยการใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ใช้อธิบายคุณภาพงานวิทยานิพนธ์

4) วิเคราะห์ผลการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์อภิมาน โดยได้แปลงค่าสถิติต่าง ๆ จากงานวิจัยเชิงทดลองและงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ให้เป็นดัชนีมาตรฐานในรูปขนาดอิทธิพล หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยการจะเลือกใช้สูตรในการคำนวณค่าดัชนีมาตรฐานสูตรขึ้นอยู่กับรูปแบบของงานวิจัยที่เหมาะสมของแต่ละงาน

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการวิเคราะห์ผลการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมาน แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

4.1) ผลการสังเคราะห์สรุปผลการวิจัยในรูปสหสัมพันธ์ เพื่อนำเสนอสถิติบรรยาย ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการนำเสนอและแจกแจงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ก่อนและหลังปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัด

4.2) ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างงานวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

4.2.1) วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายทางเดียว (Two-Way ANOVA)

4.2.2) วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรกำกับที่ใช้อธิบายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ (Multiple Regression Analysis)

4.2.3) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าดัชนีมาตรฐาน

4.3) ผลการวิเคราะห์เพื่อสังเคราะห์สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพงานวิทยานิพนธ์

5) วิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอย (Regression) และการคำนวณค่าอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวม

3.8 การนำเสนอข้อมูล

1) นำเสนอข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับภาพรวมของงานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ ซึ่งนำเสนอในรูปของตารางแจกแจงความถี่และร้อยละ

2) นำเสนอผลการวิจัยเพื่อตอบปัญหาการวิจัย และนำเสนอคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์

3) นำเสนอข้อสรุปและการอภิปรายผลจากผลวิจัยที่ได้

4) นำเสนอข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการวิเคราะห์อภิมาน โดยใช้วิธีการตามแนวคิดของ กล้าส และคณะ (Glass et al., 1981) ดังนั้น ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยระดับเล่มและระดับสมมติฐาน ประกอบไปด้วย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ แบ่งข้อมูลเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง

4.2 ผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

4.2.1 ผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระดับคุณภาพของงานวิจัยและการออกแบบงานวิจัย

4.3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ใช้อธิบายคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์

4.4 ผลการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์อภิมาน แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

4.4.1 ผลการแจกแจงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัด

4.4.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย

4.4.3 ผลการวิเคราะห์เพื่ออธิบายความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย

4.5 การวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอย (Regression) และการคำนวณค่าอิทธิพล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลและการแปลความหมายผลของการวิเคราะห์ข้อมูลมีความสะดวกและเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และความหมายสำหรับใช้แทนค่าสถิติและตัวแปรในการนำเสนอต่าง ๆ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2552) ดังนี้

สัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนค่าสถิติในการวิจัย

N	หมายถึง	จำนวนตัวอย่างในการวิจัย
Range	หมายถึง	ช่วงของค่าดัชนีมาตรฐานระหว่างตัวแปร
Mean	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
Median	หมายถึง	ค่ามัธยฐานเลขคณิต
Mode	หมายถึง	ค่าฐานนิยมเลขคณิต
S.D.	หมายถึง	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
C.V.	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (Coefficient of Variation)
Skewness	หมายถึง	ค่าความเบ้
Kurtosis	หมายถึง	ค่าความโด่ง
Min	หมายถึง	ค่าต่ำสุด
Max	หมายถึง	ค่าสูงสุด
b	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ
β	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน
SE	หมายถึง	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)
p-value	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
R	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
R^2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
Adjusted R^2	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่มีการปรับแก้
$\bar{r}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีการปรับแก้
F	หมายถึง	สถิติวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม
ANOVA	หมายถึง	การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
γ_∞	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยรวมของค่าดัชนีมาตรฐานของวิทยานิพนธ์
x^2	หมายถึง	ค่าไคแสควร์
df	หมายถึง	องศาอิสระ

สัญลักษณ์และความหมายที่ใช้แทนค่าตัวแปร

NUMPAGET	หมายถึง	ตัวแปรจำนวนหน้าทั้งหมด
NUMPAGE	หมายถึง	ตัวแปรจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก
NUMREF	หมายถึง	ตัวแปรจำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมด
NUMOBJ	หมายถึง	ตัวแปรจำนวนวัตถุประสงค์
NUMHYPO	หมายถึง	ตัวแปรจำนวนสมมติฐาน
NUMIV	หมายถึง	ตัวแปรจำนวนตัวแปรอิสระ
NUMDV	หมายถึง	ตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม
SUMSIZE	หมายถึง	ตัวแปรขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
RESOBJ4	หมายถึง	ตัวแปรประเภทของวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์
RESOBJ6	หมายถึง	ตัวแปรวัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์เพื่อวิเคราะห์
THEORY23	หมายถึง	ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
THRORY35	หมายถึง	ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมผู้บริโภค
DV4	หมายถึง	ตัวแปรตามด้านทัศนคติต่อสิ่งเร้าใจในงานโฆษณา
DV5	หมายถึง	ตัวแปรตามด้านความต้องการความคาดหวังต่อสื่อ
IV2	หมายถึง	ตัวแปรอิสระด้านการตัดสินใจซื้อ
IV3	หมายถึง	ตัวแปรอิสระด้านลักษณะทางประชากร
DISCUT1	หมายถึง	ตัวแปรการอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี
DISCUT2	หมายถึง	ตัวแปรรูปแบบการอภิปรายผลโดยอิงกับงานวิจัย
TYPEINSTU4	หมายถึง	หมายถึงตัวแปรประเภทของเครื่องมือแบบประเมิน
RELIABILI1	หมายถึง	ตัวแปรค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ
NUMRV	หมายถึง	ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ
TYPEANA5	หมายถึง	ตัวแปรสถิติ Multiple Regressions
TYPEANA6	หมายถึง	ตัวแปรสถิติ One-way ANOVA
D_YEAR2	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์วิทยานิพนธ์ ปี 2542 - 2546
D_YEAR4	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีพ.ศ. 2552 - 2556
D_ACARANK2	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นตำแหน่งรองศาสตราจารย์
D_ACARANK3	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์
D_TYPEHYPO3	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง

D_METSELE6	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน
D_METSELE7	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก
D_OUAINS4	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ดี
D_CONVALI3	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างของแบบสอบถาม
D_VAILD1	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว
D_ TYPEREL1	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha
D_SIGNF4	หมายถึง	ตัวแปรหุ่นแตกต่างที่ระดับ 0.001
M_QUALITY	หมายถึง	คุณภาพของวิทยานิพนธ์
R_MEASURE	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้ว

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้ เป็นการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของงานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์จานวน 46 เล่ม โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท และผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยระดับเล่ม

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท

ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์ที่นำมาวิเคราะห์ในตอนนี้ประกอบด้วยตัวแปรจัดประเภทจำนวน 15 ตัวแปร ซึ่งจำแนกตามคุณลักษณะงานวิจัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณลักษณะด้านการพิมพ์และผู้วิจัย ด้านคุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย และด้านคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย โดยมีผลการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1.1) คุณลักษณะด้านการพิมพ์และผู้วิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้านคุณลักษณะงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์ที่เป็นตัวแปรจัดประเภทจำแนกตามคุณลักษณะด้านการพิมพ์และผู้วิจัยพบว่า ผู้จัดทำวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์เป็นเพศหญิงมากที่สุดจำนวน 35 เล่ม (ร้อยละ 76.1) และเป็นเพศชายจำนวน 11 เล่ม (ร้อยละ 23.9) ซึ่งวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์เป็นงานที่เผยแพร่ระหว่างปี 2537 - 2556 โดยปีที่เผยแพร่วิทยานิพนธ์มากที่สุดคือปี 2542 - 2546 จำนวน 21 เล่ม (ร้อยละ 45.7) รองลงมาคือปี

2552 - 2556 จำนวน 11 เล่ม (ร้อยละ 23.9) ถัดมาคือปี 2537 - 2541 จำนวน 8 เล่ม (ร้อยละ 17.4) และปีที่เผยแพร่วิทยานิพนธ์น้อยที่สุดคือปี 2547 - 2551 จำนวน 6 เล่ม (ร้อยละ 13.0) ส่วนผลวิเคราะห์ด้านตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาในงานวิทยานิพนธ์ พบว่ามีตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์มากที่สุด จำนวน 20 เล่ม (ร้อยละ 43.5) รองลงมาคือตำแหน่งอาจารย์ผู้สำเร็จการศึกษาปริญญาเอก (ดร.) จำนวน 14 เล่ม (ร้อยละ 30.4) และสุดท้ายคือตำแหน่งรองศาสตราจารย์ จำนวน 12 เล่ม (ร้อยละ 26.1)

1.2) คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้านคุณลักษณะงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์ที่เป็นตัวแปรจัดประเภทจำแนกตามคุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัยพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่แตกต่างกัน 6 ประเด็น โดยวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ใช้มากที่สุดคือ เพื่อหาความสัมพันธ์ จำนวน 46 เล่ม (ร้อยละ 56.8) รองลงมาคือ เพื่อศึกษา จำนวน 16 เล่ม (ร้อยละ 19.8) เพื่อเปรียบเทียบ จำนวน 10 เล่ม (ร้อยละ 12.4) เพื่อวิเคราะห์ จำนวน 4 เล่ม (ร้อยละ 4.9) และเพื่ออธิบาย จำนวน 4 เล่ม (ร้อยละ 4.9) ตามลำดับ นอกจากนี้วัตถุประสงค์ของการวิจัยที่น้อยที่สุด คือเพื่อสังเคราะห์ จำนวน 1 เล่ม (ร้อยละ 1.2)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประเภทแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์และการสื่อสารพบว่า มีแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่แตกต่างกัน 34 แนวคิดทฤษฎี โดยแนวคิดทฤษฎีที่ใช้มากที่สุดคือ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร จำนวน 20 เล่ม (ร้อยละ 10.2) อันดับที่สองคือ แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน 18 เล่ม (ร้อยละ 9.1) อันดับที่สามคือ แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรผู้รับสาร จำนวน 14 เล่ม (ร้อยละ 7.2) ลำดับที่สี่คือ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร จำนวน 13 เล่ม (ร้อยละ 6.7) ลำดับที่ห้าคือ แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ จำนวน 12 เล่ม (ร้อยละ 6.2) ลำดับที่หกคือ แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ จำนวน 11 เล่ม (ร้อยละ 5.6) ลำดับที่เจ็ดคือ แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณา แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ และแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม จำนวน 10 เล่มเท่ากัน (ร้อยละ 5.1) ลำดับที่แปดคือ แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ จำนวน 7 เล่มเท่ากัน (ร้อยละ 3.7) ลำดับที่เก้าคือ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ และแนวคิดเกี่ยวกับการตลาดแบบบูรณาการ จำนวน 5 เล่มเท่ากัน (ร้อยละ 2.5) ลำดับที่สิบคือ แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม และแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ จำนวน 4 เล่มเท่ากัน (ร้อยละ 2.0) ลำดับที่สิบเอ็ดคือ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน จำนวน 3 (ร้อยละ 1.7) ลำดับที่สิบสองคือ แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์ แนวคิดเกี่ยวกับวารสารและนิตยสาร แนวคิดสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเตอร์เน็ต แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ แนวคิดกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด และแนวคิดทางสังคม จำนวน 2 เล่มเท่ากัน (ร้อยละ 1.0) ลำดับสุดท้ายคือ แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารกลุ่ม แนวคิด

เกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งเร้าและการตอบสนอง แนวคิดเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย และแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์อภิมาน จำนวน 1 เล่ม (ร้อยละ0.5) นอกจากนั้นเป็นแนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ จำนวน 19 เล่ม (ร้อยละ 9.6)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบการอภิปรายผลพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ส่วนใหญ่ใช้วิธีการอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย จำนวน 34 เล่ม (ร้อยละ 73.9) รองลงมาคือ ใช้วิธีการอภิปรายผลโดยอ้างอิงกับงานวิจัยจำนวน 10 เล่ม (ร้อยละ 21.7) นอกจากนั้นคือใช้วิธีการอภิปรายผลโดยอ้างอิงกับทฤษฎี และใช้วิธีการอภิปรายผลโดยอาศัยรูปแบบของผู้วิจัย จำนวนอย่างละ 1 เล่ม (ร้อยละ 2.2)

1.3) คุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้านคุณลักษณะงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์ที่เป็นตัวแปรจัดประเภทจำแนกตามคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย พบว่า วิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ทั้งหมดจำนวน 46 เล่ม ผลการวิเคราะห์ทางด้านสมมติฐานของการวิจัยพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นสมมติฐานแบบไม่มีทิศทางจำนวน 37 เล่ม (ร้อยละ 80.4) รองลงมาคือสมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีทิศทางจำนวน 5 เล่ม (ร้อยละ 10.9) ถัดมาคือสมมติฐานแบบมีทิศทางจำนวน 3 เล่ม (ร้อยละ 6.5) สุดท้ายคือไม่มีสมมติฐาน จำนวน 1 เล่ม (ร้อยละ 2.2)

ผลการวิเคราะห์ด้านวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างพบว่า วิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน 8 วิธี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่มากที่สุด คือ การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) จำนวน 29 เล่ม (ร้อยละ 63.0) รองลงมาคือการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกหรือแบบบังเอิญ (Convenience หรือ Accidental Sampling) การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive หรือ Judgmental Sampling) และไม่ระบุวิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยมีจำนวนเท่ากันอย่างละ 3 เล่ม (ร้อยละ 6.5) ถัดมาคือการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จำนวน 2 เล่ม (ร้อยละ 4.4) และสุดท้ายคือการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Random Sampling) การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา(Quota Sampling) ซึ่งมีจำนวนอย่างละ 1 เล่ม (ร้อยละ 2.2)

ผลการวิเคราะห์ด้านเครื่องมือที่ใช้ในงานวิทยานิพนธ์พบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีประเภทเครื่องมือที่แตกต่างกัน 3 ประเภท ซึ่งประเภทของเครื่องมือที่ใช้มากที่สุดคือ แบบสอบถามจำนวน 45 เล่ม (ร้อยละ 84.9) รองลงมาคือแบบสัมภาษณ์จำนวน 6 เล่ม (ร้อยละ 11.4) และสุดท้ายคือ แบบประเมินจำนวน 2 เล่ม (ร้อยละ 3.7)

ผลการวิเคราะห์ด้านคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีคุณภาพของเครื่องมือที่แตกต่างกัน 4 ระดับ โดยคุณภาพเครื่องมือในระดับปานกลางมีจำนวนมากที่สุด 19 เล่ม (ร้อยละ 41.3) รองลงมาคือ คุณภาพของเครื่องมือในระดับดีมีจำนวน 17 เล่ม (ร้อยละ 37.0) ถัดมาคือคุณภาพของเครื่องมือในระดับดีมาก และคุณภาพของเครื่องมือในระดับต่ำจำนวนเท่ากันอย่างละ 4 เล่ม (ร้อยละ 8.7) และสุดท้ายคือ ไม่ระบุคุณภาพของเครื่องมือจำนวน 2 เล่ม (ร้อยละ 4.3)

ผลการวิเคราะห์ด้านการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ใช้การตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษามากที่สุด จำนวน 15 เล่ม (ร้อยละ 32.6) รองลงมา คือ การตรวจสอบทั้งเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถาม จำนวน 14 เล่ม (ร้อยละ 30.4) ถัดมาคือการตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างของแบบสอบถาม จำนวน 10 เล่ม (ร้อยละ 21.8) และสุดท้ายคือไม่ระบุการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา จำนวน 7 เล่ม (ร้อยละ 15.2)

ผลการวิเคราะห์ด้านวิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหาพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ใช้วิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบมากที่สุดจำนวน 16 เล่ม (ร้อยละ 34.7) รองลงมาคือ อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียวจำนวน 15 เล่ม (ร้อยละ 32.6) ต่อมาลงมาคือ ไม่ระบุวิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหาจำนวน 12 เล่ม (ร้อยละ 26.1) สุดท้ายคือ อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติตรวจสอบ อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ และผู้เชี่ยวชาญหลายคนที่มีความเชี่ยวชาญหลายด้านตรวจสอบ จำนวนเท่ากันอย่างละ 1 เล่ม (ร้อยละ 2.2)

ผลการวิเคราะห์ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นจำนวนมากที่สุด 44 เล่ม (ร้อยละ 95.7) และ ไม่ระบุวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวน 2 เล่ม (ร้อยละ 4.3)

ผลการวิเคราะห์ด้านประเภทของการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีประเภทของการวิเคราะห์ข้อมูลที่แตกต่างกัน 9 ประเภท โดยประเภทของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้มากที่สุดคือ สถิติบรรยาย (Descriptive Statistics) จำนวน 46 เล่ม (ร้อยละ 30.8) รองลงมาคือ One-way ANOVA จำนวน 25 เล่ม (ร้อยละ 16.8) ถัดมาคือ Pearson Correlation จำนวน 20 เล่ม (ร้อยละ 13.4) Chi-square จำนวน 18 เล่ม (ร้อยละ 12.1) t-test จำนวน 17 เล่ม (ร้อยละ 11.4) Multiple Regression จำนวน 11 เล่ม (ร้อยละ 7.4) MANOVA จำนวน 4 เล่ม (ร้อยละ 2.7) Factorial Analysis จำนวน 3 เล่ม (ร้อยละ 2.0) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบอื่น ๆ อีก 5 เล่ม (ร้อยละ 3.4) ได้แก่ Multivariate Factorial Analysis, Path Analysis, Meta-Analysis และ Linear Regression

ผลการวิเคราะห์ด้านระยะเวลาในการเก็บข้อมูลพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ส่วนมากไม่ระบุระยะเวลาในการเก็บข้อมูลซึ่งมีจำนวน 24 เล่ม (ร้อยละ 52.2) รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 1-30 วัน จำนวน 19 เล่ม (ร้อยละ 41.3) และสุดท้ายคือ ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 31-60 วัน จำนวน 3 เล่ม (ร้อยละ 6.5) โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: แสดงข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท

ชื่อตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
1.คุณลักษณะด้านการพิมพ์			
เพศผู้วิจัย	หญิง	35	76.1
	ชาย	11	23.9
	รวม	46	100.0
ปีที่เผยแพร่งานวิจัย	ปี 2537 - 2541	8	17.4
	ปี 2542 - 2546	21	45.7
	ปี 2547 - 2551	6	13.0
	ปี 2552 - 2556	11	23.9
	รวม	46	100.0
ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์	14	30.4
	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	20	43.5
	รองศาสตราจารย์	12	26.1
	รวม	46	100.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท

2. คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย			
ชื่อตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	เพื่อศึกษา	16	19.8
	เพื่อหาความสัมพันธ์	46	56.8
	เพื่อเปรียบเทียบ	10	12.4
	เพื่อวิเคราะห์	4	4.9
	เพื่ออธิบาย	4	4.9
	เพื่อสังเคราะห์	1	1.2
	รวม	81	100.0
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร	20	10.2
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม	18	9.1
	แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรผู้รับสาร	14	7.2
	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร	1	0.5
	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร	13	6.7
	แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	12	6.2
	แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ	11	5.6
	แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณา	10	5.1
	แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้	10	5.1
	แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม	10	5.1
	แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์	7	3.7
	แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ	7	3.7
	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล	5	2.5
	แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์	5	2.5
	แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดแบบบูรณาการ	5	2.5
	แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม	4	2
	แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้	4	2

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท

ชื่อตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน	3	1.7
	แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์	2	1
	แนวคิดเกี่ยวกับวารสารและนิตยสาร	2	1
	แนวคิดสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจและสื่ออินเทอร์เน็ต	2	1
	แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	2	1
	แนวคิดทางสังคม	2	1
	แนวคิดกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	2	1
	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร	1	0.5
	แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารกลุ่ม	1	0.5
	แนวคิดเกี่ยวกับวิสัยทัศน์	1	0.5
	แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า	1	0.5
	แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม	1	0.5
	แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย	1	0.5
	แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์อภิมาน	1	0.5
	แนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง	19	9.6
	รวม	196	100.0
รูปแบบการอภิปรายผล	การอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย	34	73.9
	การอภิปรายผลโดยอ้างอิงกับงานวิจัย	10	21.7
	การอภิปรายผลโดยอ้างอิงกับทฤษฎี	1	2.2
	การอภิปรายผลโดยอาศัยรูปแบบที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นเอง	1	2.2
	รวม	46	100.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท

3. คุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย			
ประเภทของสมมติฐาน	ไม่มีทิศทาง	37	80.4
	มีทิศทางและไม่มีทิศทาง	5	10.9
	มีทิศทาง	3	6.5
	ไม่มีสมมุติฐาน	1	2.2
	รวม	46	100.0
วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน	29	63.0
	การสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย	3	6.5
	การสุ่มตัวอย่างแบบแบบสะดวก / แบบบังเอิญ	3	6.5
	การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง	3	6.5
	ไม่ระบุการสุ่มตัวอย่าง	3	6.5
	การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ	2	4.4
	การสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ	1	2.2
	การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม	1	2.2
	การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา	1	2.2
	รวม	46	100.0
ประเภทของเครื่องมือ	แบบสอบถาม	45	84.9
	แบบสัมภาษณ์	6	11.4
	แบบประเมิน	2	3.7
	รวม	53	100.0
คุณภาพของเครื่องมือในภาพรวม	ปานกลาง	19	41.3
	ดี	17	37.0
	ดีมาก	4	8.7
	ต่ำ	4	8.7
	ไม่ระบุคุณภาพเครื่องมือ	2	4.3
	รวม	46	100.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท

ชื่อตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา	การตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษา	15	32.6
	การตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้าง	14	30.4
	การตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างแบบสอบถาม	10	21.8
	ไม่ระบุการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา	7	15.2
	รวม	46	100.0
วิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหา	อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบ	16	34.7
	อาจารย์ที่ปรึกษาเพียงคนเดียวตรวจสอบ	15	32.6
	ไม่ระบุวิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหาตรวจสอบ	12	26.1
	อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติตรวจสอบ	1	2.2
	อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ	1	2.2
	ผู้เชี่ยวชาญหลายคนที่เชี่ยวชาญหลายด้านตรวจสอบ	1	2.2
	รวม	46	100.0
การใช้คอมพิวเตอร์วิเคราะห์	ใช้	44	95.7
	ไม่ระบุ	2	4.3
	รวม	46	100.0
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	Descriptive Statistics	46	30.8
	t-test	17	11.4
	Chi-square	18	12.1
	One-way ANOVA	25	16.8
	Pearson Correlation	20	13.4
	Multiple Regression	11	7.4
	MANOVA	4	2.7
	Factorial Analysis	3	2.0
	อื่น ๆ	5	3.4
	รวม	149	100.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): แสดงข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท

ชื่อตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	ไม่ระบุระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	24	52.2
	1 - 30 วัน	19	41.3
	31 - 60 วัน	3	6.5
	รวม	46	100.0

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาลักษณะการแจกแจงของข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่องจากงานวิจัยรวม 46 เล่ม พบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีจำนวนหน้าสูงสุด 410 หน้า และต่ำสุด 74 หน้า โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนหน้าทั้งหมด 165 หน้า มีจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวกสูงสุด 394 หน้า และต่ำสุด 64 หน้า โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนหน้าที่ไม่รวมภาคผนวกทั้งหมด 146 หน้า

ข้อมูลจากงานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ พบว่ามีจำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมดที่ใช้ในงานวิทยานิพนธ์ จำนวนสูงสุด 323 เล่ม และต่ำสุด 21 เล่ม โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมด 71 เล่ม ในขณะที่งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ในครั้งนี้มีจำนวนวัตถุประสงค์การวิจัยสูงสุด 9 ข้อ และต่ำสุด 2 ข้อ โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนวัตถุประสงค์การวิจัยจำนวน 5 ข้อ

จำนวนแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในงานวิทยานิพนธ์ ที่มีจำนวนสูงสุด 8 ทฤษฎี และต่ำสุด 2 ทฤษฎี โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในงานวิทยานิพนธ์ 5 ทฤษฎี ในขณะที่จำนวนตัวแปรอิสระในงานวิทยานิพนธ์มีจำนวนสูงสุด 5 ตัวแปร และต่ำสุด 1 ตัวแปร โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนตัวแปรอิสระที่ใช้ในงานวิทยานิพนธ์ 2 ตัวแปร ทางด้านจำนวนตัวแปรตามในงานวิทยานิพนธ์มีจำนวนสูงสุด 6 ตัวแปร และต่ำสุด 1 ตัวแปร โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนตัวแปรตามที่ใช้ในงานวิทยานิพนธ์ 3 ตัวแปร ในส่วนของจำนวนสมมติฐานของงานวิจัยมีจำนวนสูงสุด 15 ข้อ และต่ำสุด 0 ข้อ โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนสมมติฐานของงานวิจัยจำนวน 5 ข้อ

จากงานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ในครั้งนี้ พบว่า ข้อมูลด้านขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวมสูงสุด 720 คน/ เล่ม ต่ำสุด 37 คน/ เล่ม โดยเฉลี่ยแล้วมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวม 379 คน/เล่ม ขณะที่จำนวนรวมของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของวิทยานิพนธ์มีจำนวนสูงสุด 3 เครื่องมือ และต่ำสุด 1 เครื่องมือ โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนรวมของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยของวิทยานิพนธ์

จำนวน 1 เครื่องมือ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสูงสุด คือ 0.96 และต่ำสุด คือ 0.70 โดยเฉลี่ยแล้วค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 0.82 ทางด้านจำนวนวิธีวิเคราะห์ในงานวิทยานิพนธ์ที่มีจำนวนสูงสุด 5 วิธี และต่ำสุด 2 วิธี โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนวิธีวิเคราะห์ที่ใช้ในงานวิทยานิพนธ์ 4 วิธี

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่เป็นตัวแปรต่อเนื่องทุกตัวมีความแตกต่างกันระหว่างงานวิจัยทั้ง 46 เล่ม โดยค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดของตัวแปรแต่ละตัวแตกต่างกัน ลักษณะการกระจายของตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่เป็นตัวแปรต่อเนื่องส่วนใหญ่มีค่าความเบ้ทางบวก แสดงว่าตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยส่วนใหญ่มีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ย และตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยส่วนใหญ่มีค่าความโด่งเป็นบวกแสดงว่าลักษณะการแจกแจงของตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยมีลักษณะเป็นโค้งสูงมากกว่าปกติ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2: แสดงข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง

ตัวแปร	N	Mean	S.D.	Min	Max	Skewness	Kurtosis
จำนวนหน้าทั้งหมด	46	164.67	72.19	74	410	1.62	3.24
จำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก	46	146.15	69.77	64	394	1.82	3.77
จำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมด	46	70.78	44.95	21	323	4.07	22.25
จำนวนวัตถุประสงค์	46	4.43	1.85	2	9	0.94	0.39
จำนวนแนวคิดทฤษฎี	46	4.67	1.58	2	8	0.18	- 0.95
จำนวนตัวแปรอิสระ	46	2.30	1.25	1	5	0.61	- 0.58
จำนวนตัวแปรตาม	46	2.61	1.24	1	6	0.51	- 0.04
จำนวนสมมติฐาน	46	4.85	2.59	0	15	1.44	4.01
ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง	46	378.72	104.16	37	720	- 0.23	4.47
จำนวนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	46	1.15	0.42	1	3	2.89	8.438
ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ	46	0.82	0.08	.70	.96	- 0.25	-1.04
จำนวนวิธีวิเคราะห์	46	3.26	0.88	2	5	0.27	-.53

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐาน

ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐาน คือ ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่มีหน่วยการวัดเป็นระดับการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งในการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ใช้เป็นสมมติฐานประเภทสหสัมพันธ์ ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ แสดงให้เห็นภาพรวมของการทดสอบสมมติฐานของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ ประกอบไปด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐานสหสัมพันธ์ 18 ตัวแปร โดยมีผลการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ดังต่อไปนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐานของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้านการแจกแจงความถี่ของจำนวนหน่วยการทดสอบสมมติฐานประเภทสหสัมพันธ์ ดังนี้

จากข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐานประเภทสหสัมพันธ์ ของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท พบว่า ตัวแปรตามที่นำมาศึกษาที่เกี่ยวข้องกับด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมากที่สุด คือ ตัวแปรพฤติกรรม จำนวน 78 ตัวแปร (ร้อยละ 32.7) รองลงมาคือ ตัวแปรทัศนคติ จำนวน 49 ตัวแปร (ร้อยละ 20.6) ถัดมาคือ ตัวแปรความคิดเห็น จำนวน 37 ตัวแปร (ร้อยละ 15.6) ตัวแปรความพึงพอใจ จำนวน 29 ตัวแปร (ร้อยละ 12.2) ตัวแปรการเปิดรับสื่อ จำนวน 28 ตัวแปร (ร้อยละ 11.8) ตัวแปรความต้องการ/ความคาดหวัง/แรงจูงใจ จำนวน 15 ตัวแปร (ร้อยละ 6.3) และตัวแปรอื่น ๆ จำนวน 2 ตัวแปร (ร้อยละ 0.8) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประเภทของเครื่องมือที่ใช้วัดตัวแปรตามที่ใช้มากที่สุด คือ แบบสอบถาม จำนวน 217 ฉบับ (ร้อยละ 99.1) และแบบประเมิน จำนวน 2 ฉบับ (ร้อยละ 0.9)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านชนิดความเที่ยงของเครื่องมือวัดที่ใช้วัดตัวแปรตามที่ใช้มากที่สุด คือ Cronbach's alpha จำนวน 177 ค่า (ร้อยละ 80.8) รองลงมา คือ ไม่ระบุค่าความเที่ยง จำนวน 36 ค่า (ร้อยละ 16.4) ถัดมาคือ Kuder-Richardson จำนวน 4 ค่า (ร้อยละ 1.9) สุดท้าย คือ อื่น ๆ จำนวน 2 ค่า (ร้อยละ 0.9)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านความตรงของเครื่องมือวัดตัวแปรตามที่ใช้มากที่สุด คือ ความตรงตามเนื้อหา จำนวน 77 ค่า (ร้อยละ 35.2) รองลงมาคือ ความตรงตามเนื้อหาและโครงสร้าง จำนวน 73 ค่า (ร้อยละ 33.3) ถัดมาคือ ความตรงตามโครงสร้าง จำนวน 44 ค่า (ร้อยละ 20.1) และสุดท้ายคือ ไม่ระบุความตรงของเครื่องมือ จำนวน 25 ค่า (ร้อยละ 11.4)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษาที่เกี่ยวข้องกับด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมากที่สุด คือ ตัวแปรลักษณะประชากร จำนวน 108 ตัวแปร (ร้อยละ 42.5) รองลงมา คือ ตัวแปรพฤติกรรม จำนวน 27 ตัวแปร (ร้อยละ 10.5) ตัวแปรความคิดเห็น จำนวน 26 ตัวแปร (ร้อยละ 10.2) ตัวแปรการเปิดรับสื่อ จำนวน 23 ตัวแปร (ร้อยละ 9.1) ตัวแปรลักษณะทาง

ผลิตภัณฑ์ จำนวน 15 ตัวแปร (ร้อยละ 5.9) ตัวแปรทัศนคติ จำนวน 13 ตัวแปร (ร้อยละ 5.1) ตัวแปรรูปแบบของการสื่อสาร จำนวน 10 ตัวแปร (ร้อยละ 3.9) ตัวแปรลักษณะองค์กรธุรกิจ จำนวน 7 ตัวแปร (ร้อยละ 2.8) ตัวแปรความพึงพอใจ จำนวน 5 ตัวแปร (ร้อยละ 2.0) ตัวแปรปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุ จำนวน 5 ตัวแปร (ร้อยละ 2.0) ตัวแปรกลยุทธ์ทางการตลาด จำนวน 5 ตัวแปร (ร้อยละ 2.0) ตัวแปรปัจจัยด้านการทำงาน จำนวน 3 ตัวแปร (ร้อยละ 1.2) ตัวแปรปัจจัยด้านจิตวิทยา จำนวน 2 ตัวแปร (ร้อยละ 0.8) และ ตัวแปรอื่น ๆ จำนวน 5 ตัวแปร (ร้อยละ 2.0) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประเภทของเครื่องมือที่ใช้วัดตัวแปรอิสระที่ใช้มากที่สุด คือ แบบสอบถาม จำนวน 217 ฉบับ (ร้อยละ 99.1) และแบบประเมิน จำนวน 2 ฉบับ (ร้อยละ 0.9)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านชนิดความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรอิสระที่ใช้มากที่สุด คือ Cronbach's alpha จำนวน 177 ค่า (ร้อยละ 80.8) รองลงมา คือ ไม่ระบุค่าความเที่ยง จำนวน 36 ค่า (ร้อยละ 16.4) ถัดมาคือ Kuder-Richardson จำนวน 4 ค่า (ร้อยละ 1.9) สุดท้าย คือ อื่น ๆ จำนวน 2 ค่า (ร้อยละ 0.9)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านความตรงของเครื่องมือวัดตัวแปรอิสระที่ใช้มากที่สุด คือ ความตรงตามเนื้อหา จำนวน 77 ค่า (ร้อยละ 35.2) รองลงมาคือ ความตรงตามเนื้อหาและโครงสร้าง จำนวน 73 ค่า (ร้อยละ 33.3) ถัดมาคือ ความตรงตามโครงสร้าง จำนวน 44 ค่า (ร้อยละ 20.1) และสุดท้ายคือ ไม่ระบุความตรงของเครื่องมือ จำนวน 25 ค่า (ร้อยละ 11.4)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประเภทสถิติที่ใช้มากที่สุด คือ Pearson’s Correlation จำนวน 60 คู่ (ร้อยละ 27.4) รองลงมา คือ One-Way ANOVA จำนวน 55 คู่ (ร้อยละ 25.1) Chi-Square จำนวน 46 คู่ (ร้อยละ 21.0) t-test จำนวน 21 คู่ (ร้อยละ 9.6) Multiple Regression จำนวน 13 คู่ (ร้อยละ 5.9) Factorial Analysis จำนวน 10 คู่ (ร้อยละ 4.6) MANOVA จำนวน 7 คู่ (ร้อยละ 3.2) Hotelling's T^2 จำนวน 3 คู่ (ร้อยละ 1.4) ไม่ระบุค่าสถิติ จำนวน 2 คู่ (ร้อยละ 0.9) Meta Analysis จำนวน 1 คู่ (ร้อยละ 0.5) สุดท้ายคือ Multivariate Factorial Analysis จำนวน 1 คู่ (ร้อยละ 0.5)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ใช้มากที่สุด คือ ไม่แตกต่างที่ระดับ 0.05 จำนวน 81 การทดสอบ (ร้อยละ 37.0) รองลงมาคือ แตกต่างที่ระดับ 0.05 จำนวน 74 การทดสอบ (ร้อยละ 33.8) แตกต่างที่ระดับ 0.01 จำนวน 34 การทดสอบ (ร้อยละ 15.5) แตกต่างที่ระดับ 0.001 จำนวน 26 การทดสอบ (ร้อยละ 11.9) ไม่แตกต่างที่ระดับ 0.001 จำนวน 3 การทดสอบ (ร้อยละ 1.4) และสุดท้ายไม่แตกต่างที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 การทดสอบ (ร้อยละ 0.5) โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3: แสดงข้อมูลของคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐาน

ชื่อตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มตัวแปรตาม	ตัวแปรพฤติกรรม	78	32.7
	ตัวแปรทัศนคติ	49	20.6
	ตัวแปรความคิดเห็น	37	15.6
	ตัวแปรความพึงพอใจ	29	12.2
	ตัวแปรการเปิดรับสื่อ	28	11.8
	ตัวแปรความต้องการ/ความคาดหวัง/แรงจูงใจ	15	6.3
	ตัวแปรอื่น ๆ	2	0.8
	รวม	238	100.0
ประเภทของเครื่องมือที่ใช้วัดตัวแปรตาม	แบบสอบถาม	217	99.1
	แบบประเมิน	2	0.9
	รวม	219	100.0
ชนิดความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรตาม	Cronbach's alpha	177	80.8
	ไม่ระบุค่าความเที่ยง	36	16.4
	Kuder-Richardson	4	1.9
	อื่น ๆ	2	0.9
	รวม	219	100.0
ความตรงของเครื่องมือวัดตัวแปรตาม	ความตรงตามเนื้อหา	77	35.2
	ความตรงตามเนื้อหาและโครงสร้าง	73	33.3
	ความตรงตามโครงสร้าง	44	20.1
	ไม่ระบุ	25	11.4
	รวม	219	100.0
กลุ่มตัวแปรอิสระ	ตัวแปรลักษณะประชากร	108	42.5
	ตัวแปรพฤติกรรม	27	10.5
	ตัวแปรความคิดเห็น	26	10.2
	ตัวแปรการเปิดรับข่าวสาร	23	9.1

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงข้อมูลของคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐาน

ชื่อตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มตัวแปรอิสระ	ตัวแปรลักษณะทางผลิตภัณฑ์	15	5.9
	ตัวแปรทัศนคติ	13	5.1
	ตัวแปรรูปแบบของการสื่อสาร	10	3.9
	ตัวแปรลักษณะองค์กรธุรกิจ	7	2.8
	ตัวแปรความพึงพอใจ	5	2.0
	ตัวแปรปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับรายการวิทยุ	5	2.0
	ตัวแปรกลยุทธ์ทางการตลาด	5	2.0
	ตัวแปรปัจจัยด้านการทำงาน	3	1.2
	ตัวแปรปัจจัยด้านจิตวิทยา	2	0.8
	ตัวแปรอื่น ๆ	5	2.0
	รวม	254	100.0
ประเภทของเครื่องมือที่ใช้วัดตัวแปรอิสระ	แบบสอบถาม	217	99.1
	แบบประเมิน	2	0.9
	รวม	219	100.0
ชนิดความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรอิสระ	Cronbach's alpha	177	80.8
	ไม่ระบุค่าความเที่ยง	36	16.4
	Kuder-Richardson	4	1.9
	อื่น ๆ	2	0.9
	รวม	219	100.0
ความตรงของเครื่องมือวัดตัวแปรอิสระ	ความตรงตามเนื้อหา	77	35.2
	ความตรงตามเนื้อหาและโครงสร้าง	73	33.3
	ความตรงตามโครงสร้าง	44	20.1
	ไม่ระบุ	25	11.4
	รวม	219	100.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): แสดงข้อมูลของคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐาน

ชื่อตัวแปร	ค่าตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทสถิติ	ไม่ระบุ	2	0.9
	t-test	21	9.6
	Chi-Square	46	21.0
	One-Way ANOVA	55	25.1
	MANOVA	7	3.2
	Multiple Regression	13	5.9
	Pearson’s Correation	60	27.4
	Factorial Analysis	10	4.6
	Hotelling's T^2	3	1.4
	Meta Analysis	1	0.5
	Multivariate Factorial Analysis	1	0.5
	รวม	219	100.0
สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	ไม่แตกต่างที่ระดับ 0.001	3	1.4
	ไม่แตกต่างที่ระดับ 0.01	1	0.5
	ไม่แตกต่างที่ระดับ 0.05	81	37.0
	แตกต่างที่ระดับ 0.001	26	11.9
	แตกต่างที่ระดับ 0.01	34	15.5
	แตกต่างที่ระดับ 0.05	74	33.8
	รวม	219	100.0

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปร ต่อเนื่องเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการแจกแจงความถี่ของหน่วยการทดสอบสมมติฐานประเภทสหสัมพันธ์ ดังนี้

ข้อมูลจากงานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ พบว่า วิทยานิพนธ์มีจำนวนตัวแปรตามสูงสุด 5 ตัวแปร และต่ำสุด 1 ตัวแปร โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนตัวแปรตามทั้งหมด 1 ตัวแปร ในส่วนของค่าความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรตามสูงสุด คือ 0.95 ต่ำสุดคือ 0.00 โดยเฉลี่ยแล้ววิทยานิพนธ์มีค่าความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรตามเท่ากับ 0.63 วิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มี

จำนวนตัวแปรอิสระสูงสุด 11 ตัวแปร และต่ำสุด 0 ตัวแปร โดยเฉลี่ยแล้วมีจำนวนตัวแปรอิสระทั้งหมด 2 ตัวแปร ในส่วนของค่าความเที่ยงสูงสุดของเครื่องมือวัดตัวแปรอิสระ คือ 0.96 ต่ำสุดคือ 0.00 โดยเฉลี่ยแล้ววิทยานิพนธ์มีค่าความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรอิสระเท่ากับ 0.63 ในส่วนของขนาดความสัมพันธ์ของวิทยานิพนธ์โดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.29 โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยเท่ากับ 380 คน และค่า -Prob โดยเฉลี่ย เท่ากับ 0.037 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4: แสดงข้อมูลของคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐานด้านตัวแปรต่อเนื่อง

ตัวแปร	N	Mean	S.D.	Min	Max	Skewness	Kurtosis
จำนวนตัวแปรตาม	219	1.30	0.71	1	5	2.61	6.75
ค่าความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรตาม	219	0.63	0.35	0.00	0.95	-1.19	-0.43
จำนวนตัวแปรอิสระ	219	2.75	2.54	0.00	11	1.51	2.15
ค่าความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรอิสระ	219	0.63	0.35	0.00	0.96	-1.18	-0.43
ขนาดความสัมพันธ์	219	0.29	0.29	-0.34	1.00	0.890	-0.142
ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	219	380.2	90.5	37	720	-0.27	4.54
-Prob	219	.037	0.02	0.001	0.05	-0.99	-0.95

4.2 ผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์

4.2.1 ผลการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์

การประเมินคุณภาพงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่นำมาสังเคราะห์ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการประเมินโดยใช้แบบประเมินคุณภาพงานวิจัย ซึ่งมีมาตรการประมาณค่า 5 ระดับ (ได้แก่ 0= ต่ำ, 1= ค่อนข้างต่ำ, 2= ปานกลาง, 3= ค่อนข้างสูง, 4= สูง) รวมทั้งหมด 30 ประเด็น โดยจะใช้การวิเคราะห์แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้ข้อตกลงเบื้องต้นว่าคะแนนผลการประเมินมีระดับการวัดเทียบเท่าระดับอันตรภาคของผลการประเมินคุณภาพงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์หลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผลการวิเคราะห์พบว่าคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์โดยเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับ ค่อนข้างสูง (เฉลี่ย 2.78)

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผลการประเมินคุณภาพงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับสูง มี 12 ประเด็น ได้แก่ ลักษณะการนำเสนอการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ร้อยละ 97.8 (เฉลี่ย 3.98) รูปแบบรายงานถูกต้องตามหลักวิชา ร้อยละ 93.5 (เฉลี่ย 3.93) การแปลความหมายและสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องชัดเจน ร้อยละ 93.5 (เฉลี่ย 3.91) เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีปริมาณมากพอ ร้อยละ 93.5 (เฉลี่ย 3.89) กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสมกับการวิจัย ร้อยละ 80.4 (เฉลี่ย 3.80) การอภิปรายผลสอดคล้องกับผลการวิจัยและครอบคลุมประเด็นปัญหาวิจัย ร้อยละ 84.8 (เฉลี่ย 3.76) ผลสรุปที่ได้มีความครอบคลุมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และปัญหาวิจัย ร้อยละ 78.3 (เฉลี่ย 3.70) สมมติฐานถูกต้อง ชัดเจน ตามหลักการวิจัย ร้อยละ 67.4 (เฉลี่ย 3.50) ข้อเสนอแนะมีความชัดเจน และเป็นประโยชน์ ร้อยละ 52.2 (เฉลี่ย 3.48) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความเหมาะสม และมีคุณภาพ ร้อยละ 50.0 (เฉลี่ย 3.41) ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ชัดเจน สอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย ร้อยละ 56.5 (เฉลี่ย 3.39) และกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความชัดเจนและเหมาะสม ร้อยละ 60.9 (เฉลี่ย 3.28)

ส่วนผลการประเมินคุณภาพงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูง มี 8 ประเด็น ได้แก่ ปัญหาวิจัย/ วัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง ถูกต้องตามหลักการวิจัย ร้อยละ 45.7 (เฉลี่ย 3.13) กรอบแนวคิดในการวิจัยมีความถูกต้องเหมาะสมชัดแจนตามหลักการวิจัย ร้อยละ 52.2 (เฉลี่ย 3.11) เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับปัญหาหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัย ร้อยละ 43.5 (เฉลี่ย 3.02) ขั้นตอนการวิจัยมีความชัดเจน ร้อยละ 80.4 (เฉลี่ย 2.89) ชื่อเรื่องมีความชัดเจน น่าสนใจ ร้อยละ 56.5 (เฉลี่ย 2.89) การสุ่มกลุ่มตัวอย่างและเกณฑ์ในการคัดเลือกมีความถูกต้องเหมาะสม ร้อยละ 52.2 (เฉลี่ย 2.78) คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวม ร้อยละ 47.8 (เฉลี่ย 2.52) และ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องเหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล ร้อยละ 50.0 (เฉลี่ย 2.48)

ส่วนผลการประเมินคุณภาพงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับปานกลางมี 5 ประเด็น ได้แก่ การนิยามศัพท์เฉพาะมีความชัดเจน ร้อยละ 78.3 (เฉลี่ย 2.26) การเขียนข้อจำกัดของงานวิจัยถูกต้องชัดเจนตามหลักการวิจัย ร้อยละ 30.4 (เฉลี่ย 2.17) เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและต่างประเทศมีสัดส่วนเหมาะสม ร้อยละ 76.1 (เฉลี่ย 2.11) การออกแบบการวิจัยสอดคล้องกับปัญหาการวิจัย ร้อยละ 84.8 (เฉลี่ย 2.02) และเป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ ร้อยละ 54.3 (เฉลี่ย 1.76)

ผลการประเมินคุณภาพงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ มี 5 ประเด็น ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีความทันสมัยและเชื่อมโยงกับงานวิจัยในอดีต ร้อยละ 60.9 (เฉลี่ย 1.48) เหตุผลและความจำเป็นในการทำวิจัยมีความสมเหตุสมผล ร้อยละ 67.4 (เฉลี่ย 1.46) กำหนดขอบเขตของการวิจัยได้อย่างเหมาะสม และมีเหตุผลรองรับ ร้อยละ 43.5 (เฉลี่ย 1.37) เป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางวิชาการ ร้อยละ 82.6 (เฉลี่ย 1.02) และ ข้อตกลงเบื้องต้นของงานวิจัยเหมาะสมและมีเหตุผลรองรับ ร้อยละ 100.0 (เฉลี่ย 1.00)

ดังนั้น เมื่อพิจารณาผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่นำมาสังเคราะห์ทั้ง 46 เล่ม พบว่า ผลการประเมินอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (เฉลี่ย 2.78) โดยเมื่อแยกพิจารณางานวิทยานิพนธ์ในแต่ละเล่ม พบว่า วิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับสูงมีจำนวน 2 เล่ม (ร้อยละ 4.3) วิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับค่อนข้างสูงมีจำนวน 21 เล่ม (ร้อยละ 45.7) วิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับปานกลางมีจำนวน 22 เล่ม (ร้อยละ 47.8) และวิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำมีจำนวน 1 เล่ม (ร้อยละ 2.2) โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5: ผลการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Descriptive Statistics									
ข้อ	ลักษณะงานวิจัยที่ประเมิน	ผลการประเมิน							
		0	1	2	3	4	Mean	SD	ความหมาย
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
1	ชื่อเรื่องมีความชัดเจน น่าสนใจ	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.2)	26 (56.5)	19 (41.3)	2.89	0.85	คุณภาพค่อนข้างสูง
2	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ชัดเจน สอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.2)	26 (56.5)	19 (41.3)	3.39	0.54	คุณภาพสูง
3	ปัญหาวิจัย/วัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง ถูกต้องตามหลักการวิจัย	0 (0.0)	1 (2.2)	13 (28.3)	11 (23.9)	21 (45.7)	3.13	0.91	คุณภาพค่อนข้างสูง
4	เหตุผลและความจำเป็นในการทำวิจัยมีความสมเหตุสมผล	0 (0.0)	31 (67.4)	10 (21.7)	4 (8.7)	1 (2.2)	1.46	0.75	คุณภาพค่อนข้างต่ำ
5	สมมติฐานถูกต้อง ชัดเจน ตามหลักการวิจัย	1 (2.2)	2 (4.3)	1 (2.2)	11 (23.9)	31 (67.4)	3.50	0.91	คุณภาพสูง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): ผลการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Descriptive Statistics									
ข้อ	ลักษณะงานวิจัยที่ประเมิน	ผลการประเมิน							
		0	1	2	3	4	Mean	SD	ความหมาย
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
6	กำหนดขอบเขตของการวิจัยได้อย่างเหมาะสม และมีเหตุผลรองรับ	6 (13.0)	20 (43.5)	17 (37.0)	3 (6.5)	0 (0.0)	1.37	0.80	คุณภาพค่อนข้างต่ำ
7	ข้อตกลงเบื้องต้นของงานวิจัยเหมาะสมและมีเหตุผลรองรับ	0 (0.0)	46 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1.00	0.00	คุณภาพค่อนข้างต่ำ
8	การเขียนข้อจำกัดของงานวิจัยถูกต้องชัดเจนตามหลักการวิจัย	0 (0.0)	14 (30.4)	14 (30.4)	14 (30.4)	4 (8.7)	2.17	1.00	คุณภาพปานกลาง
9	การนิยามศัพท์เฉพาะมีความชัดเจน	0 (0.0)	2 (4.3)	36 (78.3)	2 (4.3)	6 (13.0)	2.26	0.74	คุณภาพปานกลาง
10	กรอบแนวคิดในการวิจัยมีความถูกต้องเหมาะสมชัดแจนตามหลักการวิจัย	0 (0.0)	3 (6.5)	13 (28.3)	6 (13.0)	24 (52.2)	3.11	1.04	คุณภาพค่อนข้างสูง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): ผลการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Descriptive Statistics									
ข้อ	ลักษณะงานวิจัยที่ประเมิน	ผลการประเมิน							
		0	1	2	3	4	Mean	SD	ความหมาย
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
11	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีปริมาณมากพอ	0 (0.0)	1 (2.2)	0 (0.0)	2 (4.3)	43 (93.5)	3.89	0.48	คุณภาพสูง
12	เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับปัญหาหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัย	0 (0.0)	3 (6.5)	13 (28.3)	10 (21.7)	30 (43.5)	3.02	1.00	คุณภาพค่อนข้างสูง
13	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีความทันสมัยและเชื่อมโยงกับงานวิจัยในอดีต	1 (2.2)	28 (60.9)	12 (26.1)	4 (8.7)	1 (2.2)	1.48	0.78	คุณภาพค่อนข้างต่ำ
14	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและต่างประเทศมีสัดส่วนเหมาะสม	0 (0.0)	3 (6.5)	35 (76.1)	8 (17.4)	0 (0.0)	2.11	0.48	คุณภาพปานกลาง
15	การออกแบบการวิจัยสอดคล้องกับปัญหาการวิจัย	0 (0.0)	3 (6.5)	39 (84.8)	4 (8.7)	0 (0.0)	2.02	0.39	คุณภาพปานกลาง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): ผลการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Descriptive Statistics									
ข้อ	ลักษณะงานวิจัยที่ประเมิน	ผลการประเมิน							
		0	1	2	3	4	Mean	SD	ความหมาย
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
16	ขั้นตอนการวิจัยมีความชัดเจน	0 (0.0)	0 (0.0)	7 (15.2)	37 (80.4)	2 (4.3)	2.89	0.43	คุณภาพค่อนข้างสูง
17	กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสมกับการวิจัย	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	9 (19.6)	37 (80.4)	3.80	0.40	คุณภาพสูง
18	การสุ่มกลุ่มตัวอย่างและเกณฑ์ในการคัดเลือกมีความถูกต้องเหมาะสม	0 (0.0)	4 (8.7)	10 (21.7)	24 (52.2)	8 (17.4)	2.78	0.84	คุณภาพค่อนข้างสูง
19	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความเหมาะสม และมีคุณภาพ	0 (0.0)	1 (2.2)	2 (4.3)	20 (3.5)	23 (50.0)	3.41	0.69	คุณภาพสูง
20	กระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความชัดเจนและเหมาะสม	1 (2.2)	1 (2.2)	10 (21.7)	6 (13.0)	28 (60.9)	3.28	1.03	คุณภาพสูง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): ผลการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Descriptive Statistics									
ข้อ	ลักษณะงานวิจัยที่ประเมิน	ผลการประเมิน							
		0	1	2	3	4	Mean	SD	ความหมาย
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
21	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องเหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล	0 (0.0)	1 (2.2)	23 (50.0)	21 (45.7)	1 (2.2)	2.48	0.59	คุณภาพค่อนข้างสูง
22	ลักษณะการนำเสนอการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.2)	45 (97.8)	3.98	0.15	คุณภาพสูง
23	การแปลความหมายและสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องชัดเจน	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.2)	2 (4.3)	43 (93.5)	3.91	0.35	คุณภาพสูง
24	ผลสรุปที่ได้มีความครอบคลุมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และปัญหาวิจัย	0 (0.0)	1 (2.2)	1 (2.2)	8 (17.4)	36 (78.3)	3.70	0.73	คุณภาพสูง
25	การอภิปรายผลสอดคล้องกับผลการวิจัยและครอบคลุมประเด็นปัญหาวิจัย	0 (0.0)	2 (4.3)	0 (0.0)	5 (10.9)	39 (84.8)	3.76	0.67	คุณภาพสูง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): ผลการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Descriptive Statistics									
ข้อ	ลักษณะงานวิจัยที่ประเมิน	ผลการประเมิน					Mean	SD	ความหมาย
		0	1	2	3	4			
		จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
26	ข้อเสนอแนะมีความชัดเจน และเป็นประโยชน์	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (4.3)	20 (43.5)	24 (52.2)	3.48	0.59	คุณภาพสูง
27	เป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ	0 (0.0)	16 (34.8)	25 (54.3)	5 (10.9)	0 (0.0)	1.76	0.64	คุณภาพปานกลาง
28	เป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางวิชาการ	4 (8.7)	38 (82.6)	3 (6.5)	1 (2.2)	0 (0.0)	1.02	0.49	คุณภาพค่อนข้างต่ำ
29	รูปแบบรายงานถูกต้องตามหลักวิชา	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (6.5)	43 (93.5)	3.93	0.25	คุณภาพสูง
30	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวม	0 (0.0)	1 (2.2)	22 (47.8)	21 (45.7)	2 (4.3)	2.52	0.62	คุณภาพค่อนข้างสูง
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม (Mean)						2.78	0.22	คุณภาพค่อนข้างสูง

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระดับคุณภาพของงานวิจัยและการออกแบบงานวิจัย

ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ พบว่าวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีคุณภาพระดับปานกลาง (ร้อยละ 47.8) รองลงมาอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (ร้อยละ 45.7) ซึ่งจากวิทยานิพนธ์จำนวนทั้งหมด 46 เล่ม พบว่า ประเภทของสมมติฐานมีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์ คือ งานวิจัยที่กำหนดสมมติฐานแบบมีทิศทางจะมีคุณภาพปานกลาง (ร้อยละ 66.7) ในขณะที่งานวิจัยที่ใช้สมมติฐานแบบไม่มีทิศทางจะมีคุณภาพปานกลางถึงค่อนข้างสูง (ร้อยละ 97.3) และพบว่างานวิจัยที่มีสมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีทิศทางจะมีคุณภาพค่อนข้างสูง (ร้อยละ 60.0) โดยงานวิจัยที่ไม่มีหรือไม่ระบุสมมติฐานจะมีคุณภาพสูง (ร้อยละ 100.0)

คุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมของวิทยานิพนธ์มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์ คือ งานวิจัยที่มีคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมระดับปานกลางจะมีคุณภาพปานกลาง (ร้อยละ 57.9) ในขณะที่งานวิจัยที่มีคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมระดับต่ำจะมีคุณภาพปานกลางถึงค่อนข้างสูง (ร้อยละ 100.0) และงานวิจัยที่มีคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมระดับดีจะมีคุณภาพปานกลางถึงค่อนข้างสูง (ร้อยละ 94.2) ส่วนงานวิจัยที่มีคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมระดับดีมากจะมีคุณภาพค่อนข้างสูง (ร้อยละ 50.0) และงานวิจัยที่ไม่ระบุคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมจะมีคุณภาพค่อนข้างสูง (ร้อยละ 50.0)

ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษามีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์ คือ งานวิจัยที่มีอาจารย์ที่ปรึกษาตำแหน่งอาจารย์/ ดร. จะมีคุณภาพปานกลาง (ร้อยละ 92.9) ในขณะที่งานวิจัยที่มีอาจารย์ที่ปรึกษาตำแหน่งรองศาสตราจารย์จะมีคุณภาพค่อนข้างสูง (ร้อยละ 75.9) และงานวิจัยที่มีอาจารย์ที่ปรึกษาตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์จะมีคุณภาพค่อนข้างสูง (ร้อยละ 55.0)

การตรวจสอบความตรงของเนื้อหามีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์ คือ งานวิจัยที่มีการตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาจะมีคุณภาพปานกลาง (ร้อยละ 80.0) ในขณะที่งานวิจัยที่มีการตรวจสอบเนื้อหาและโครงสร้างของแบบสอบถามจะมีคุณภาพปานกลางถึงค่อนข้างสูง (ร้อยละ 100.0) นอกจากนั้นงานวิจัยที่มีการตรวจสอบเนื้อหา ภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถามจะมีคุณภาพค่อนข้างสูง (ร้อยละ 64.3) และงานวิจัยที่ไม่ระบุการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาจะมีคุณภาพค่อนข้างสูง (ร้อยละ 57.1) โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6: แสดงร้อยละ (ความถี่) ของงานวิจัยจำแนกตามระดับคุณภาพและการออกแบบงานวิจัย

ระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์	ประเภทของสมมติฐาน				รวม
	ไม่มีหรือไม่ระบุสมมติฐาน	ไม่มีทิศทาง	มีทิศทาง	แบบมีทิศทางและไม่มีทิศทาง	
ค่อนข้างต่ำ	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	20.0 (1)	2.2 (1)
ปานกลาง	0.00 (0)	51.4 (19)	66.7 (2)	20.0 (1)	Z47.8 (22)
ค่อนข้างสูง	0.00 (0)	45.9 (17)	33.3 (1)	60.0 (3)	45.7 (21)
สูง	100.0 (1)	2.7 (1)	0.00 (0)	0.00 (0)	4.3 (2)
รวม	100.0 (1)	100.0 (37)	100.0 (3)	100.0 (5)	100.0 (46)
x^2 = 32.211** df = 9 Sig = 0.000					

ระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์	คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม					รวม
	ไม่ระบุ	ต่ำ	ปานกลาง	ดี	ดีมาก	
ค่อนข้างต่ำ	50.0 (1)	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	2.2 (1)
ปานกลาง	0.00 (0)	50.0 (2)	57.9 (11)	47.1 (8)	25.0 (1)	47.8 (22)
ค่อนข้างสูง	50.0 (1)	50.0 (2)	42.1 (8)	47.1 (8)	50.0 (2)	45.7 (21)
สูง	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	5.9 (1)	25.0 (1)	4.3 (2)
รวม	100.0 (2)	100.0 (4)	100.0 (19)	100.0 (17)	100.0 (4)	100.0 (46)
x^2 = 29.005** df = 12 Sig = 0.004						

ระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์	ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา			รวม
	รองศาสตราจารย์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	อาจารย์/ดร.	
ค่อนข้างต่ำ	8.3 (1)	0.00 (0)	0.00 (0)	2.2 (1)
ปานกลาง	16.7 (2)	35.0 (7)	92.9 (13)	47.8 (22)
ค่อนข้างสูง	75.9 (9)	55.0 (11)	7.1 (1)	45.7 (21)
สูง	0.00 (0)	10.0 (2)	0.00 (0)	4.3 (2)
รวม	100.0 (12)	100.0 (20)	100.0 (14)	100.0 (46)
x^2 = 21.688** df = 6 Sig = 0.001				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ): แสดงร้อยละ (ความถี่) ของงานวิจัยจำแนกตามระดับคุณภาพและการออกแบบงานวิจัย

ระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์	การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา				รวม
	ไม่ระบุ	ตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา	ตรวจสอบเนื้อหาโครงสร้างของแบบสอบถาม	ตรวจสอบเนื้อหาภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถาม	
ค่อนข้างต่ำ	14.3 (1)	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	2.2 (1)
ปานกลาง	28.8 (2)	80.0 (12)	50.0 (5)	21.4 (3)	47.8 (22)
ค่อนข้างสูง	57.1 (4)	20.0 (3)	50.0 (5)	64.3 (9)	45.7 (21)
สูง	0.00 (0)	0.00 (0)	0.00 (0)	14.3 (2)	4.3 (2)
รวม	100.0 (7)	100.0 (15)	100.0 (10)	100.0 (14)	100.0 (46)
x^2 = 19.453* df = 9 Sig = 0.022					

4.3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ใช้อธิบายคุณภาพงานวิจัย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยนำตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่เป็นตัวแปรจัดประเภทและตัวแปรต่อเนื่องมาคัดเลือกเพื่อให้ได้ตัวแปรทำนายรวม 21 ตัวแปร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่เป็นตัวแปรจัดประเภท แบ่งออกเป็น

1.1) ตัวแปรจัดประเภทที่ไม่ต้องแปลงเป็นตัวแปรหุ่น จำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ (1) ตัวแปรวัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์เพื่อเปรียบเทียบ (RESOBJ3) (2) ตัวแปรวัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์เพื่อหาความสัมพันธ์ (RESOBJ4) (3) ตัวแปรประเภทของเครื่องมือแบบประเมิน (TYPEINSTU4) (4) ตัวแปรสถิติ Chi-Square (TYPEANA3) (5) ตัวแปรสถิติ Multiple Regressions (TYPEANA5) และ (6) ตัวแปรสถิติ One-way ANOVA (TYPEANA6)

1.2) ตัวแปรจัดประเภทที่ต้องแปลงเป็นตัวแปรหุ่น จำนวน 8 ตัวแปร ได้แก่ (1) ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์วิทยานิพนธ์ ปี 2542 - 2546 (D_YEAR2) (2) ตัวแปรหุ่นตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาตำแหน่งรองศาสตราจารย์ (D_ACARANK2) (3) ตัวแปรหุ่นการอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย (D_DISCUT4) (4) ตัวแปรหุ่นสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง (D_TYPEHYPO3) (5) ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (D_METSELE6) (6) ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ดีมาก (D_OUAINS5) (7) ตัวแปรหุ่นการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของ

ภาษา และโครงสร้างของแบบสอบถาม (D_CONVALI3) และ (8) ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว (D_VAILD1)

2) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่เป็นตัวแปรต่อเนื่องจำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ (1) ตัวแปรจำนวนหน้าทั้งหมด (NUMPAGET) (2) ตัวแปรจำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมด (NUMREF) (3) ตัวแปรจำนวนวัตถุประสงค์ (NUMOBJ) (4) ตัวแปรจำนวนตัวแปรอิสระ (NUMIV) (5) ตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม (NUMDV) (6) ตัวแปรขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (SUMSIZE) และ (7) ตัวแปรค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (RELIABILI1)

จากนั้นนำตัวแปรที่ได้มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านการพิมพ์ คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย และคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพื่อนำมาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ต่อไป

แต่เนื่องจากตัวแปรที่จะนำมาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณต้องเป็นตัวแปรที่อยู่ในระดับการวัดแบบต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงทำการแปลงตัวแปรจัดประเภทให้อยู่ในรูปของตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ที่มีค่าเป็น 0 หรือ 1 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7: การแปลงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านตัวแปรจัดประเภทให้เป็นตัวแปรหุ่น

ชื่อตัวแปรหุ่น	รหัสของตัวแปร	ค่าและความหมายของตัวแปร	
		0 = ไม่ใช่	1 = ใช่
1. ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัย			
- ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีพ.ศ. 2537 - 2541	D_YEAR1	ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีอื่น	ปี 2537 - 2541
- ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปี พ.ศ. 2542 - 2546	D_YEAR2	ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีอื่น	ปี 2542 - 2546
- ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีพ.ศ. 2547 - 2551	D_YEAR3	ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีอื่น	ปี 2547 - 2551
- ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีพ.ศ. 2552 - 2556	D_YEAR4	ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีอื่น	ปี 2552 - 2556
2. ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา			
- ตัวแปรหุ่นตำแหน่งศาสตราจารย์	D_ACARANK1	ตำแหน่งวิชาการอื่น	ตำแหน่งศาสตราจารย์
- ตัวแปรหุ่นตำแหน่งรองศาสตราจารย์	D_ACARANK2	ตำแหน่งวิชาการอื่น	ตำแหน่งรองศาสตราจารย์
- ตัวแปรหุ่นตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์	D_ACARANK3	ตำแหน่งวิชาการอื่น	ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์
- ตัวแปรหุ่นตำแหน่งอาจารย์ / ดร.	D_ACARANK4	ตำแหน่งวิชาการอื่น	ตำแหน่งอาจารย์/ดร.
3. รูปแบบการอภิปรายผล			
- ตัวแปรหุ่นการอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี	D_DISCUT1	การอภิปรายผลแบบอื่น	การอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี
- ตัวแปรหุ่นการอภิปรายผลโดยอิงกับงานวิจัย	D_DISCUT2	การอภิปรายผลแบบอื่น	การอภิปรายผลโดยอิงกับงานวิจัย
- ตัวแปรหุ่นการอภิปรายผลโดยอาศัยรูปแบบของผู้วิจัย	D_DISCUT3	การอภิปรายผลแบบอื่น	การอภิปรายผลโดยอาศัยรูปแบบของผู้วิจัย
- ตัวแปรหุ่นการอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย	D_DISCUT4	การอภิปรายผลแบบอื่น	การอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): การแปลงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านตัวแปรจัดประเภทให้เป็นตัวแปรหุ่น

ชื่อตัวแปรหุ่น	รหัสของตัวแปร	ค่าและความหมายของตัวแปร	
		0 = ไม่ใช่	1 = ใช่
3. ประเภทสมมติฐานการวิจัย			
- ตัวแปรหุ่นไม่มีสมมติฐาน	D_TYPEHYPO1	สมมติฐานประเภทอื่น	ไม่มีสมมติฐาน
- ตัวแปรหุ่นสมมติฐานแบบมีทิศทาง	D_TYPEHYPO2	สมมติฐานประเภทอื่น	สมมติฐานแบบมีทิศทาง
- ตัวแปรหุ่นสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง	D_TYPEHYPO3	สมมติฐานประเภทอื่น	สมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง
- ตัวแปรหุ่นสมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีทิศทาง	D_TYPEHYPO4	สมมติฐานประเภทอื่น	สมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีทิศทาง
4. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง			
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบประชากร	D_METSELE1	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบประชากร
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย	D_METSELE2	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ	D_METSELE3	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ	D_METSELE4	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม	D_METSELE5	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน	D_METSELE6	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก	D_METSELE7	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า	D_METSELE8	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง	D_METSELE9	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): การแปลงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านตัวแปรจัดประเภทให้เป็นตัวแปรหุ่น

ชื่อตัวแปรหุ่น	รหัสของตัวแปร	ค่าและความหมายของตัวแปร	
		0 = ไม่ใช่	1 = ใช่
4. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)			
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่	D_METSELE10	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่
- ตัวแปรหุ่นไม่ระบุการสุ่มตัวอย่าง	D_METSELE11	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	ไม่ระบุการสุ่มตัวอย่าง
5. คุณภาพของเครื่องมือในภาพรวม			
- ตัวแปรหุ่นไม่ระบุคุณภาพของเครื่องมือ	D_NOCONVALI	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	ไม่ระบุคุณภาพของเครื่องมือ
- ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมือในระดับต่ำมาก	D_OUAINS1	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	คุณภาพเครื่องมือระดับต่ำมาก
- ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมือในระดับต่ำ	D_OUAINS2	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	คุณภาพเครื่องมือระดับต่ำ
- ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมือในระดับปานกลาง	D_OUAINS3	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	คุณภาพเครื่องมือระดับปานกลาง
- ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมือในระดับดี	D_OUAINS4	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	คุณภาพเครื่องมือระดับดี
- ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมือในระดับดีมาก	D_OUAINS5	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	คุณภาพเครื่องมือระดับดีมาก
6. การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา			
- ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา	D_CONVALI1	การตรวจสอบความตรงแบบอื่น	ตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา
- ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหาโครงสร้างของแบบสอบถาม	D_CONVALI2	การตรวจสอบความตรงแบบอื่น	ตรวจสอบเนื้อหาโครงสร้างของแบบสอบถาม

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.7 (ต่อ): การแปลงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านตัวแปรจัดประเภทให้เป็นตัวแปรหุ่น

ชื่อตัวแปรหุ่น	รหัสของตัวแปร	ค่าและความหมายของตัวแปร	
		0 = ไม่ใช่	1 = ใช่
6. การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (ต่อ)			
- ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างของแบบสอบถาม	D_CONVALI3	การตรวจสอบความตรงแบบอื่น	ตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง
- ตัวแปรหุ่นไม่ระบุการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา	D_NOCONVALI	การตรวจสอบความตรงแบบอื่น	ไม่ระบุการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา
7. วิธีการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา			
- ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบคนเดียว	D_VAILD1	วิธีตรวจสอบความตรงแบบอื่น	อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ
- ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติตรวจสอบ	D_VAILD2	วิธีตรวจสอบความตรงแบบอื่น	อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติตรวจสอบ
- ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบ	D_VAILD3	วิธีตรวจสอบความตรงแบบอื่น	อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบ
- ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ	D_VAILD4	วิธีตรวจสอบความตรงแบบอื่น	อาจารย์ที่ปรึกษา คณะกรรมการวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ

จากนั้นนำตัวแปรทำนายรวม 21 ตัวแปรที่เลือกมาวิเคราะห์สหสัมพันธ์กับคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ (M_QUALITY) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ทราบถึงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพงานวิจัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 ประกอบไปด้วย

1) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับคุณภาพงานวิจัย จำนวน 14 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรหุ่นการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างของแบบสอบถาม (D_CONVALI3) (r = 0.537) ตัวแปรสถิติ Multiple Regressions (TYPEANA5) (r = 0.417) ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว (D_VAILD1) (r = 0.383) ตัวแปรหุ่นตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาตำแหน่งรองศาสตราจารย์ (D_ACARANK2) (r = 0.332) ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (D_METSELE6) (r = 0.320) ตัวแปรประเภทของเครื่องมือแบบประเมิน (TYPEINSTU4) (r = 0.290) ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ดีมาก (D_OUAINS5) (r = 0.286) ตัวแปรจำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมด (NUMREF) (r = 0.254) ตัวแปรค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (RELIABILI1) (r = 0.245) ตัวแปรจำนวนวัตถุประสงค์ (NUMOBJ) (r = 0.233) ตัวแปรหุ่นการอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย (D_DISCUT4) (r = 0.205) ตัวแปรวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ (RESOBJ4) (r = 0.188) ตัวแปรจำนวนหน้าทั้งหมด (NUMPAGET) (r = 0.087) และ ตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม (NUMDV) (r = 0.016)

2) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับคุณภาพงานวิจัย จำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรสถิติ Chi_Square (TYPEANA3) (r = -0.516) ตัวแปรสถิติ One-way ANOVA (TYPEANA6) (r = -0.457) ตัวแปรหุ่นสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง (D_TYPEHYPO3(r = -0.302) ตัวแปรขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (SUMSIZE) (r = -0.288) ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์วิทยานิพนธ์ ปี 2542 - 2546 (D_YEAR2) (r = -0.264) ตัวแปรวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบ (RESOBJ3) (r = -0.175) และตัวแปรจำนวนตัวแปรอิสระ (NUMIV) (r = -0.030) โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8: ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยกับคุณภาพงานวิจัย

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
M_QUALITY*	1.000																					
1. D_YEAR2	-.264	1.000																				
2. NUMPAGET	.087	.010	1.000																			
3. D_ACARANK2	.332*	-.250	-.137	1.000																		
4. NUMREF	.254	-.208	.194	-.038	1.000																	
5.RESOBJ3	-.175	.408**	.446**	-.220	.031	1.000																
6.RESOBJ4	.188	.012	.378*	.250	.254	.298*	1.000															
7. NUMOBJ	.233	-.068	.337*	.137	.174	.071	.508***	1.000														
8. NUMIV	-.030	.000	-.051	-.032	-.185	.075	-.096	.197	1.000													
9. NUMDV	.016	.114	.235	-.099	-.057	.144	.199	.299*	-.229	1.000												
10.D_DISCUT4	.205	-.258	.167	.086	.110	-.203	.258	.345*	-.207	.359*	1.000											
11. D_TYPEHYPO3	-.302*	.157	-.148	.031	-.317*	.241	.126	-.034	-.015	.025	-.122	1.000										
12. D_METSELE6	.320*	-.079	-.201	.158	-.165	-.099	.079	-.031	-.051	.110	.136	-.050	1.000									
13. SUMSIZE	-.288*	.262	.044	-.108	-.128	.288*	.242	.000	.004	.211	.050	.164	.117	1.000								
14. TYPEINSTU4	.290*	-.217	.218	-.108	.255	.187	-.027	.180	-.156	-.054	.140	-.187	-.086	-.398**	1.000							
15. D_OUAINS5	.286*	.040	-.047	.079	.009	.050	-.217	-.155	-.152	-.291*	-.204	-.273	.062	-.275	.300*	1.000						
16. RELIABILI1	.245	.223	.134	.133	.251	.129	.244	-.015	-.202	-.255	.005	-.143	.052	.042	.062	.226	1.000					
17. D_CONVALI3	.537***	-.040	.161	.158	.036	-.050	.040	.278*	.152	-.063	.000	-.397**	.250	-.163	.343*	.500***	-.061	1.000				
18. D_VAILD1	.383*	-.091	.090	-.181	.029	.069	.323*	.013	-.162	.041	.033	.077	.409**	.049	.070	-.082	.166	.082	1.000			
19. TYPEANA3	-.516***	.319*	.162	-.204	-.123	.328*	.140	-.005	-.269	.324*	.197	.248	-.040	.224	.055	-.101	.198	-.201	-.125	1.000		
20. TYPEANA5	.417**	-.180	-.124	.222	-.018	-.148	.055	.168	.293*	-.187	-.072	-.322*	.044	-.271	.120	.175	.180	.088	.179	-.495***	1.000	
21. TYPEANA6	-.457**	.140	-.071	-.255	.087	-.040	-.140	-.025	-.220	.086	.066	.328*	-.201	-.189	-.055	-.262	-.119	-.403**	-.349*	.286*	-.396**	1.000
MEAN	2.8278	.44	167.86	.17	77.50	.19	.56	4.58	2.25	2.78	.75	.81	.67	391.06	.06	.11	.7783	.33	.36	.39	.28	.61
SD	.17430	.504	77.918	.378	47.762	.401	.504	1.933	1.180	1.267	.439	.401	.478	106.635	.232	.319	.20538	.478	.487	.494	.454	.494

P < 0.05 = *, P < 0.01 = **, P < 0.001 = ***

เมื่อผู้วิจัยนำตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยในข้างต้นจำนวน 21 ตัวแปร ที่ได้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์มาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยก่อนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคุณผู้วิจัยต้องทำการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยกับตัวแปรคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ โดยใช้การตรวจสอบ 3 วิธี ตามวิธีการของ แฮร์, แบค, บาบิน และแอนเดอร์สัน (Hair, Black, Babin & Anderson, 2009 อ้างใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2551 และญานิศร สมศิริ, 2555) ดังนี้

วิธีแรก เป็นการตรวจสอบ 2 ขั้นตอน ได้แก่ การใช้เกณฑ์การตรวจสอบ คือ ดัชนีเงื่อนไข (Condition Index) ของมิติต้องมีค่าน้อยกว่า 30 และตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สัดส่วนความแปรปรวน (Proportions of Variance Coefficient) ไม่มีค่าเกิน 0.90 มากกว่า 1 ตัวแปร ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ไม่พบการเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

วิธีที่สอง เป็นการตรวจสอบค่า VIF (Variance Inflation Faction) ต้องมีค่าไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ต้องไม่ต่ำกว่า 0.10 ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ไม่พบการเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

วิธีที่สาม เป็นการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต้องไม่เกิน 0.90 โดยผลจากการวิเคราะห์เมททริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย ไม่มีค่าใดเกิน 0.90 ทำให้สามารถสรุปได้ได้ว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ซึ่งสามารถนำตัวแปรเหล่านี้ไปใช้เพื่อการวิเคราะห์ถดถอยในขั้นต่อไป

หลังจากตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุแล้ว ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยมาทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่ออธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตาม คือ ตัวแปรคุณภาพงานวิจัย ด้วยตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย โดยผู้วิจัยได้แบ่งตัวแปรอิสระ 21 ตัวแปร ออกเป็นกลุ่มย่อย 3 ชุด ได้แก่ กลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านการพิมพ์ กลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านเนื้อหาสะระของงานวิจัย และกลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย โดยใช้วิธีการใส่ตัวแปรเข้าไปในสมการถดถอยทีละชุด ดังนี้

ตัวแปรชุดที่ 1 คือ กลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านการพิมพ์จำนวน 3 ตัวแปร ประกอบไปด้วย ได้แก่ ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์วิทยานิพนธ์ ปี 2542 - 2546 (D_YEAR2) ตัวแปรจำนวนหน้าทั้งหมด (NUMPAGET) และ ตัวแปรหุ่นตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาตำแหน่งรองศาสตราจารย์ (D_ACARANK2)

ตัวแปรชุดที่ 2 คือ กลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านเนื้อหาสะระของงานวิจัยจำนวน 7 ตัวแปร ประกอบไปด้วย ตัวแปรจำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมด (NUMREF) ตัวแปรวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบ (RESOBJ3) ตัวแปรวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ (RESOBJ4) ตัวแปรจำนวนวัตถุประสงค์ (NUMOBJ) ตัวแปรจำนวนตัวแปรอิสระ (NUMIV) ตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม (NUMDV) และตัวแปรหุ่นการอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย (DISCUT4)

ตัวแปรชุดที่ 3 คือ กลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย จำนวน 11 ตัวแปร ประกอบไปด้วย ตัวแปรหุ่นสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง (D_TYPEHYPO3) ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (D_METSELE6) ตัวแปรขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (SUMSIZE) ตัวแปรประเภทของเครื่องมือแบบประเมิน (TYPEINSTU4) ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ดีมาก (D_OUAINS5) ตัวแปรค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (RELIABILI1) ตัวแปรหุ่นการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างของแบบสอบถาม (D_CONVALI3) ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว (D_VAILD1) ตัวแปรสถิติ Chi-Square (TYPEANA3) ตัวแปรสถิติ Multiple Regressions (TYPEANA5) และ ตัวแปรสถิติ One-way ANOVA (TYPEANA6)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าตัวแปรคุณลักษณะด้านการพิมพ์ของชุดตัวแปรในโมเดลที่ 1 มีตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร สามารถทำนายค่าคุณภาพงานวิจัยได้ร้อยละ 16.2 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.403 โดยตัวแปรในโมเดลที่ 1 ทั้ง 3 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยไม่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 .01 และ .001 ทุกตัวแปร

เมื่อเพิ่มชุดของตัวแปรคุณลักษณะด้านเนื้อหาสะระของงานวิจัยจำนวน 7 ตัวแปร เข้าไปในสมการถดถอยโมเดลที่ 2 รวมเป็นมีตัวแปรทั้งหมด 10 ตัวแปรร่วมกันอธิบายค่าความแปรปรวนในตัวแปรคุณภาพงานวิจัย ได้ร้อยละ 23.7 เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.487 โดยตัวแปรในโมเดลที่ 2 ทั้ง 10 ตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยไม่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 .01 และ .001 ทุกตัวแปร

เมื่อเพิ่มชุดของตัวแปรคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัยจำนวน 11 ตัวแปร เข้าไปในสมการถดถอยในโมเดลที่ 3 รวมมีตัวแปรทั้งหมด 21 ตัวแปรร่วมกัน โดยสามารถอธิบายคุณภาพงานวิจัยได้ร้อยละ 87.9 เพิ่มขึ้นจากโมเดลที่ 2 ร้อยละ 64.2 และมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.937 โดยตัวแปรในโมเดลที่ 3 ทั้ง 21 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จำนวน 1 ตัว ได้แก่ ตัวแปรสถิติ Chi-square (TYPEANA3) มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 1 ตัว ได้แก่ ตัวแปรค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (RELIABILI1) และมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 ตัว ได้แก่ ตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม (NUMDV) และตัวแปรหุ่นการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างของแบบสอบถาม (D_CONVALI3) นอกจากนั้นตัวแปรที่เหลืออีก 17 ตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยไม่แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 .01 และ .001

ดังนั้น สรุปได้ว่าตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านการพิมพ์ คุณลักษณะด้านเนื้อหาสะระของงานวิจัย และคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย สามารถร่วมทำนายคุณภาพของงานวิจัยได้ร้อยละ 87.9 โดยตัวแปรที่สามารถทำนายคุณภาพงานวิจัยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรสถิติ Chi-square ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.601 ต่อมาคือ ตัวแปรที่สามารถทำนายคุณภาพงานวิจัยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.484 สุดท้ายคือ ตัวแปรที่สามารถทำนายคุณภาพงานวิจัยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.363 และตัวแปรหุ่นการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างของแบบสอบถาม ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.484

ต่อมาเมื่อนำมาเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) หรือค่าอิทธิพลทางตรงของตัวแปรทั้งหมด 21 ตัวแปร กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่าการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสามารถแยกรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะงานวิจัยกับตัวแปรคุณภาพงานวิจัยออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ประเภทตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปานกลาง และมีค่าอิทธิพลทางตรงปานกลางในแต่ละโมเดล

กลุ่มที่ 2 ประเภทตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปานกลาง และมีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำในแต่ละโมเดล

กลุ่มที่ 3 ประเภทตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำ และมีค่าอิทธิพลทางตรงปานกลางในแต่ละโมเดล

กลุ่มที่ 4 ประเภทตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำ และมีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำในแต่ละโมเดล โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์ในกลุ่มที่ 1 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปานกลาง และมีค่าอิทธิพลทางตรงปานกลางในแต่ละโมเดล พบว่า ตัวแปรหุ่นการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างของแบบเครื่องมือที่ใช้ มีค่าอิทธิพลทางตรงสูงที่สุด และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.537 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.484 ทางด้านตัวแปรค่าสถิติ Chi-square มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.516 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ -0.601

ผลการวิเคราะห์ในกลุ่มที่ 2 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปานกลาง และมีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำในแต่ละโมเดล พบว่า ตัวแปรการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Multiple Regression มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.417 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.033 ทางด้านตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้เพียงคนเดียว มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.383 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.025 ในส่วนของตัวแปรหุ่นตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาในตำแหน่งรองศาสตราจารย์ มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.332 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ ในโมเดลที่ 1 2 และ 3 เท่ากับ 0.303 0.294 และ -0.002 ตามลำดับ และตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.320 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.077 สุดท้ายคือ ตัวแปรสถิติ One-way ANOVA มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.457 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ -0.206

ผลการวิเคราะห์ในกลุ่มที่ 3 คือ ประเภทตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำ และมีค่าอิทธิพลทางตรงปานกลางในแต่ละโมเดลพบว่า ตัวแปรค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ มีค่าอิทธิพลทางตรงปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.245 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.484 และตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม มีค่าอิทธิพลทางตรงปานกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.016 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.363

ผลการวิเคราะห์ในกลุ่มที่ 4 คือ ประเภทตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำ และมีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำในแต่ละโมเดล พบว่า ตัวแปรประเภทเครื่องมือที่ใช้คือแบบประเมิน มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.290 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดล เท่ากับ 0.053 ทางด้านตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมืออยู่ในเกณฑ์ดีมาก มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.286 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดล เท่ากับ -0.071 ถัดมาคือ ตัวแปรจำนวนเอกสารอ้างอิง มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.254 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ 0.220 และ 0.112 ในส่วนของตัวแปรจำนวนวัตถุประสงค์ มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.233 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ 0.093 และ -0.108 ด้านตัวแปรหุ่นการอภิปรายผลโดยอิงกับทั้งทฤษฎีและงานวิจัย มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.205 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.233 และ 0.077 ต่อมาคือ ตัวแปรวัตถุประสงค์ของงานวิทยานิพนธ์เพื่อหาความสัมพันธ์ มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.188

เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ -0.004 และ 0.001 และในส่วนของตัวแปรจำนวนหน้าทั้งหมด มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.087 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 2 และ 3 เท่ากับ 0.131 0.101 และ -0.047 ตามลำดับ

ทางด้านตัวแปรจำนวนตัวแปรอิสระ มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.030 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ 0.034 และ -0.044 ถัดมาคือ ตัวแปรวัตถุประสงค์ของงานวิทยานิพนธ์เพื่อการเปรียบเทียบ มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.175 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ -0.130 และ 0.035 ต่อมาคือ ตัวแปรหุ่นปีที่พิมพ์วิทยานิพนธ์ปี 2542 - 2546 มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.264 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 2 และ 3 เท่ากับ -0.189 -0.072 และ -0.061 ตามลำดับ ในส่วนของตัวแปรขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.288 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ -0.242 และสุดท้ายคือ ตัวแปรหุ่นสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.302 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่นแล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดล เท่ากับ 0.263 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9: การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายคุณภาพงานวิจัย

ตัวแปร	r	โมเดลที่ 1				โมเดลที่ 2				โมเดลที่ 3			
		b	SE	β	P-Value	b	SE	β	P-Value	b	SE	β	P-Value
Totel	1.000	2.784	.076		.000	2.653	.153		.000	2.460	.195		.000
1. D_YEAR2	-.264	-.066	.058	-.189	.266	-.025	.073	-.072	.734	-.021	.049	-.061	.674
2. NUMPAGET	.087	.000	.000	.131	.429	.000	.000	.101	.652	.000	.000	-.047	.747
3. D_ACARANK2	.332*	.140	.078	.303	.082	.135	.093	.294	.156	-.001	.077	-.002	.993
4. NUMREF	.254					.001	.001	.220	.275	.000	.000	.112	.420
5.RESOBJ3	-.175					-.057	.104	-.130	.591	.015	.075	.035	.845
6.RESOBJ4	.188					-.001	.083	-.004	.988	.000	.056	.001	.996
7. NUMOBJ	.233					.008	.022	.093	.703	-.010	.013	-.108	.479
8. NUMIV	-.030					.005	.031	.034	.872	-.006	.024	-.044	.795
9. NUMDV	.016					.003	.029	.018	.931	.050	.019	.363*	.021
10.D_DISCUT4	.205					.025	.086	.063	.772	.092	.050	.233	.084
11. D_TYPEHYPO3	-.302*									.114	.069	.263	.120
12. D_METSELE6	.320*									.028	.048	.077	.562

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.9 (ต่อ): การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายคุณภาพงานวิจัย

ตัวแปร	r	โมเดลที่ 1				โมเดลที่ 2				โมเดลที่ 3			
		b	SE	β	P-Value	b	SE	β	P-Value	b	SE	β	P-Value
13. SUMSIZE	-.288*									.000	.000	-.242	.123
14. TYPEINSTU4	.290*									.040	.115	.053	.736
15. D_OUAINS5	.286*									-.039	.091	-.071	.676
16. RELIABILI1	.245									.410	.129	.484**	.007
17. D_CONVALI3	.537***									.176	.068	.484*	.021
18. D_VAILD1	.383*									.009	.066	.025	.895
19. TYPEANA3	-.516***									-.212	.052	-.601***	.001
20. TYPEANA5	.417**									.013	.062	.033	.841
21. TYPEANA6	-.457**									-.072	.060	-.206	.246
R		0.403				0.487				0.937			
R^2		0.162				0.237				0.879			
Adjusted R^2		0.084				-.068				0.697			
F		2.065				0.777				4.829**			
P		.125				.649				.002			

P < 0.05 = *, P < 0.01 = **, P < 0.001 = ***

สรุปผลการวิเคราะห์ในตอนนี้ พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพงานวิจัยสูงสุด คือ ตัวแปรการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้าง รองลงมา คือ ตัวแปรการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Multiple Regressions และถัดมาคือ ตัวแปรวิธีการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว และ ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ตามลำดับ โดยผลที่ได้แสดงให้เห็นว่า งานวิจัยที่มีการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และตรวจสอบโครงสร้างของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงการมีอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำและตรวจสอบเครื่องมือก่อนนำไปใช้ มีแนวโน้มทำให้งานวิจัยมีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่าใช้การตรวจสอบเครื่องมือโดยเลือกตรวจสอบเพียงอย่างเดียว เช่น การตรวจสอบแค่ภาษาที่ใช้ หรือการตรวจสอบเนื้อหาเพียงเท่านั้น ในส่วนของการเลือกใช้สถิติการทำนาย Multiple Regressions ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีแนวโน้มทำให้งานวิจัยมีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่าใช้สถิติพื้นฐานอื่น ๆ และทางด้านการเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ส่งผลต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ให้สูงกว่าการเลือกวิธีการเก็บข้อมูลแบบอื่น ๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวแปรการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง ตัวแปรค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ และตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม มีค่าอิทธิพลทางตรงอย่างมี

นัยสำคัญ แสดงว่า งานวิจัยที่เลือกใช้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในวิทยานิพนธ์สูง มีการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้าง และมีจำนวนตัวแปรตามมากกว่า 1-2 ตัวแปร มีแนวโน้มทำให้งานวิจัยมีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่าการที่วิทยานิพนธ์เลือกใช้เครื่องมือที่มีค่าความเชื่อมั่นต่ำ หรือเลือกศึกษาตัวแปรตามจำนวนน้อย

ในส่วนของตัวแปรการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-square และ ตัวแปรการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA มีค่าอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญในทิศทางที่ติดลบ แสดงว่า วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Chi-square และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ One-Way ANOVA มีแนวโน้มเป็นงานวิจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคุณภาพงานวิจัยต่ำกว่างานวิจัยที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติอื่น ๆ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10: แสดงตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายลักษณะความสัมพันธ์ต่อตัวแปรคุณภาพงานวิจัย

ตัวแปร	ค่า r	ค่าอิทธิพลทางตรง (β) ในโมเดล			คำอธิบายลักษณะความสัมพันธ์
		1	2	3	
ตัวแปรการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง	.537***			.484*	ปานกลาง
ตัวแปรการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ Multiple Regression	.417**			.033	ปานกลาง
ตัวแปรหุ่นวิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว	.383*			.025	ปานกลาง
ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน	.320*			.077	ปานกลาง
ตัวแปรค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ	.245			.484**	ปานกลาง
ตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม	.016		.018	.363*	ปานกลาง
ตัวแปรการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ One-way ANOVA	-.457**			-.206	ต่ำ
ตัวแปรการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ Chi-square	-.516***			-.601***	ต่ำ

P < 0.05 = *, P < 0.01 = **, P < 0.001 = ***

4.4 ผลการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์อภิมานทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ในตอนนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ผลการสังเคราะห์สรุปผลการวิจัยวัดในรูปสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัดโดยการนำเสนอสถิติบรรยาย 2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย และ 3) ผลการวิเคราะห์เพื่ออธิบายความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

4.4.1 ผลการสังเคราะห์สรุปผลการวิจัยในรูปสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัดโดยการนำเสนอสถิติบรรยาย

จากงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ทั้งหมด 46 เล่ม ให้ผลการวิจัยในรูปดัชนีมาตรฐานการทดสอบสมมติฐานแยกเป็นค่าขนาดอิทธิพลรวม 160 ค่า และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รวม 60 ค่า รวมทั้งหมด 220 ค่า อย่างไรก็ตามค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีการแปลความหมายเป็นที่รู้จักมากกว่าค่าขนาดอิทธิพล ผู้วิจัยจึงทำการปรับค่าขนาดอิทธิพลให้เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยเลือกใช้สูตรที่นำเสนอในบทที่ 2 จากนั้นนำค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้มาปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัด (Measurement Error) โดยใช้สูตรของฮันเตอร์ และคณะ (Hunter et al., 1982) โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้วจากงานวิจัย 46 เล่ม รวมทั้งหมด 220 ค่า เพื่อนำมาสังเคราะห์จำแนกตามคุณลักษณะงานวิจัยดังต่อไปนี้

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ แสดงให้เห็นค่าสถิติบรรยายของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้ แผนภูมิต้นและใบ (Stem and Leaf Plot) และแผนภูมิกล่อง (Box Plot) โดยผลการวิเคราะห์แสดงค่าสถิติบรรยายของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัดทั้งหมด 220 ค่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.297 และ 0.469 โดยผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว มีค่าสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนที่ปรับแก้เพียงเล็กน้อย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 0.020 และ 0.026 แสดงว่าผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยทั้งหมด 46 เล่ม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารไม่แตกต่างกันมาก ลักษณะการแจกแจงของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังปรับแก้ มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -0.340 และ -0.050 มีค่าสูงสุงเท่ากับ 0.96 และ 1.00 ในส่วนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้มีค่าความเบ้ทางบวกเท่ากับ

0.890 และ 0.325 มีค่าความโด่งเป็นลบเท่ากับ -0.142 และ -1.574 แสดงว่าลักษณะการแจกแจงของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังปรับแก้มีลักษณะเป็นโค้งแบนกว่าปกติ และในส่วนของการทดสอบการแจงแจงด้วย Kolmogorov-Smirnov test และ Shapiro-Wilk's test ยืนยันลักษณะการแจกแจงของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารใกล้เคียงโค้งปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11: สถิติบรรยายและผลการทดสอบลักษณะการแจกแจงของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและกลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัด

สถิติบรรยาย		ขนาดความสัมพันธ์		R ที่ปรับแก้แล้ว	
		Statistic	Std.Error	Statistic	Std.Error
Mean		0.297	0.020	0.469	0.026
95% CI for Mean	Lower Bound	0.259		0.417	
	Upper Bound	0.336		0.520	
5% Trimmed Mean		0.280		0.464	
Median		0.205		0.323	
Variance		0.083		0.149	
Std. Deviation		0.289		0.387	
Minimum		-0.340		-0.050	
Maximum		0.960		1.000	
Range		1.340		1.050	
Interquartile Range		0.400		0.880	
Skewness		0.890	0.165	0.325	0.165
Kurtosis		-0.142	0.328	-1.574	0.328
ผลการทดสอบลักษณะการแจกแจง					
Kolmogorov-Smirnov test		0.139	.000	0.163	.000
Shapiro-Wilk's test		0.896	.000	0.835	.000

ต่อมาเป็นการนำค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้ทั้ง 220 ค่า มาทำการแจกแจงนำเสนอในรูปแผนภูมิต้นและใบ แผนภูมิกล่อง และ Normal Q-Q Plot พบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับแก้มีลักษณะการแจกแจงใกล้เคียงกับโค้งปกติ โดยมีรายละเอียดดังภาพที่ 4.1 - 4.3

ภาพที่ 4.1: แผนภูมิต้นใบ (Stem and Leaf Plot) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังปรับแก้

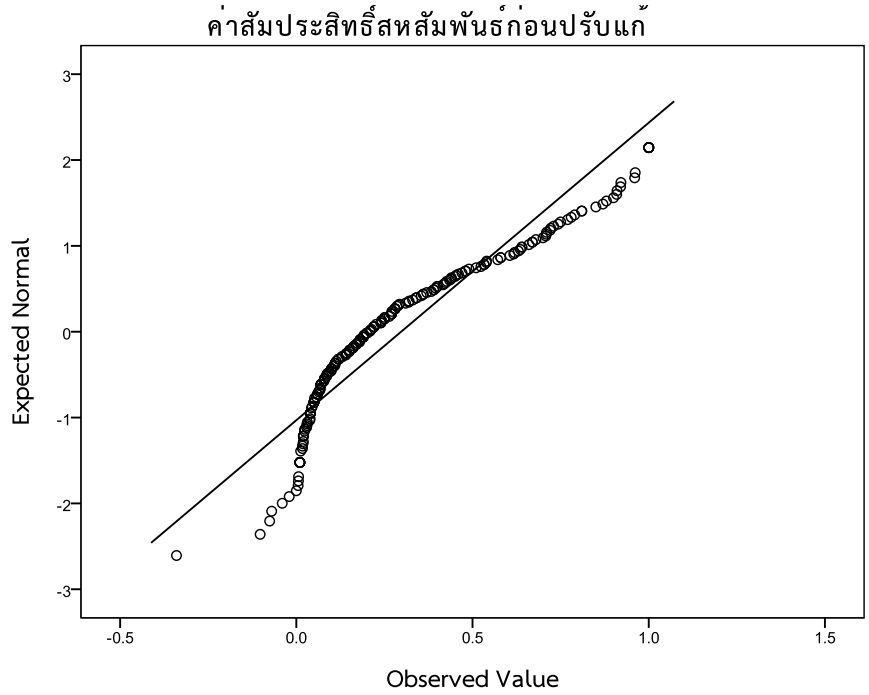
Stem-and-Leaf Plot ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ก่อนปรับแก้

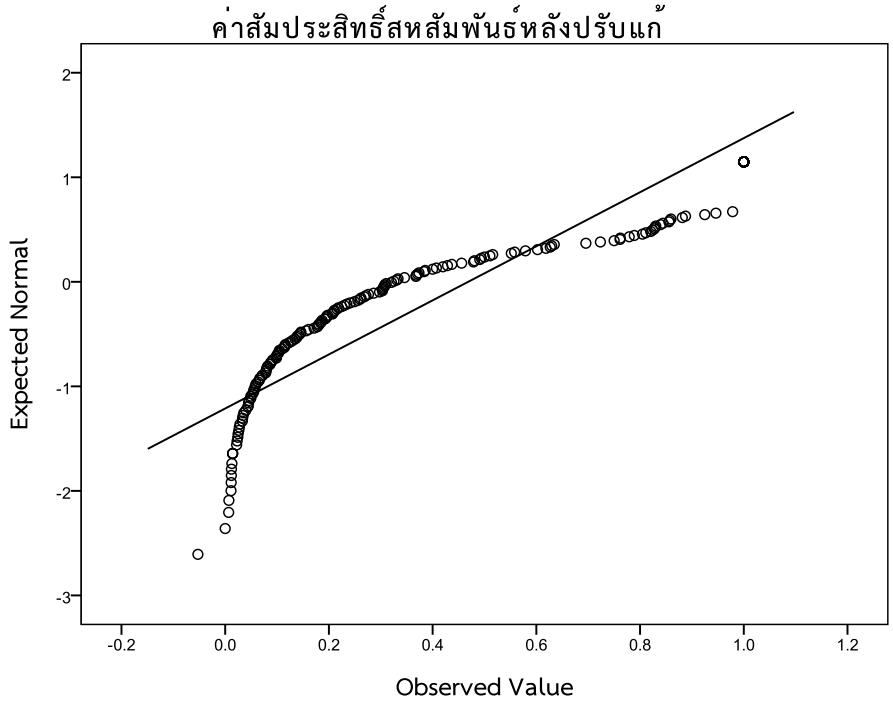
```
Frequency  Stem & Leaf
   1.00      -3.  4
    .00      -2.
   1.00      -1.  0
   4.00      -0.  2477
  65.00       0.  00001111111111112222222333334444444455555556666666777777888888999
  35.00       1.  00000111122233444555666677778889999
  31.00       2.  0000112222244445556777778888899
  15.00       3.  112344456678999
  16.00       4.  0012223345567889
   9.00       5.  123334788
  11.00       6.  01133446778
  12.00       7.  000122345789
   5.00       8.  11578
   7.00       9.  0012266
   6.00       10. 000000
Stem width: .10
Each leaf:  1 case(s)
```

Stem-and-Leaf Plot ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หลังปรับแก้

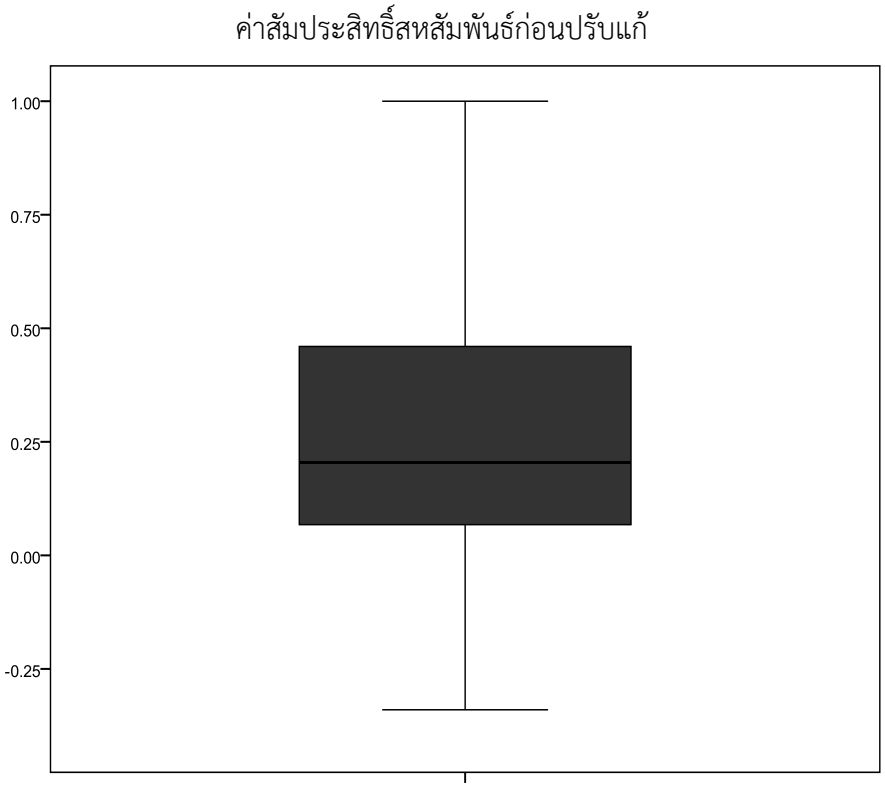
```
Frequency  Stem &  Leaf
   1.00      -0.  5
  52.00       0.  0001111111122222223333344444455555566677777888889999
  29.00       1.  00001112233334445677788889999
  19.00       2.  0011112234456667789
  18.00       3.  000000122334667788
  10.00       4.  0012357899
   6.00       5.  011557
   6.00       6.  012239
   6.00       7.  256678
  14.00       8.  01222233455588
   3.00       9.  247
  54.00       10. 000000000000000000000000000000000000000000000000000000000
Stem width:  .10
Each leaf:  1 case(s)
```

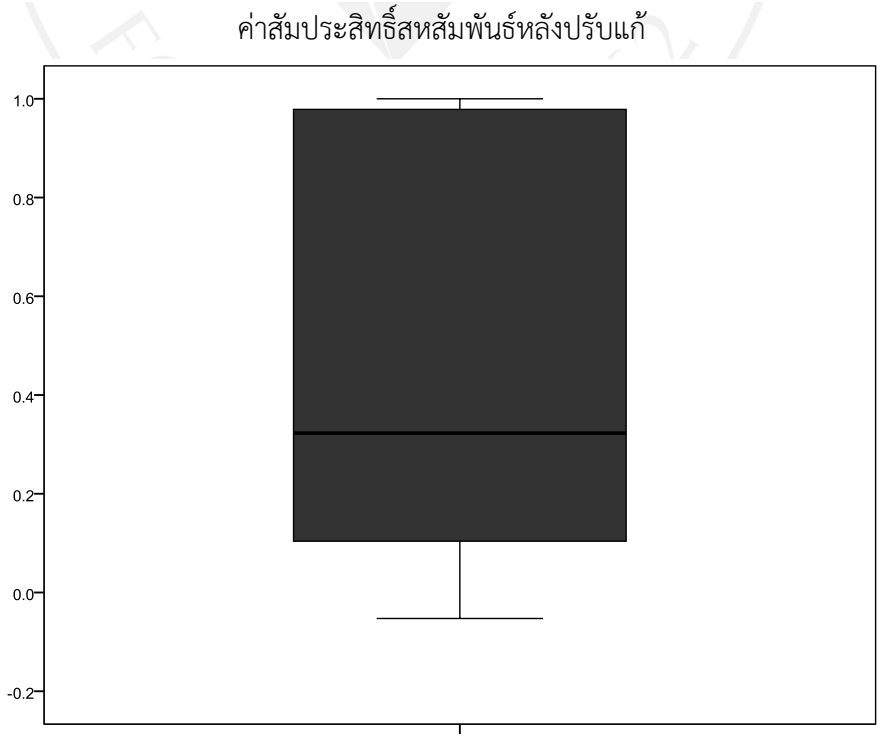
ภาพที่ 4.2: แผนภูมิ Nomal Q-Q Plot ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้





ภาพที่ 4.3: แผนภูมิกล่อง (Box Plot) ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้





โดยสรุปผลการวิเคราะห์เพื่อสังเคราะห์สรุปผลการวิจัยในรูปสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร แสดงให้เห็นว่างานวิจัยทั้ง 46 เรื่อง ที่นำมาสังเคราะห์มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนปรับแก้เท่ากับ 0.297 และหลังปรับแก้เท่ากับ 0.469 อันมีค่าความสัมพันธ์ขนาดสูงในทิศทางบวก ในขณะที่จำนวนค่าสหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่มีค่าสูงระหว่าง -0.3 ถึง 0.3 หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่มีขนาดความสัมพันธ์ปานกลางค่อนข้างต่ำ มีจำนวนทั้งหมด 104 ค่า (47.27%) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่มีขนาดความสัมพันธ์ปานกลางค่อนข้างสูงอยู่ระหว่าง -0.31 ถึง -0.50 และ 0.31 ถึง 0.50 มีจำนวนทั้งหมด 26 ค่า (11.82%) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่มีขนาดความสัมพันธ์สูงอยู่ระหว่าง -0.51 ถึง -0.80 และ 0.51 ถึง 0.80 มีจำนวนทั้งหมด 18 ค่า (8.18%) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่มีขนาดความสัมพันธ์สูงมาก ซึ่งอยู่ระหว่างค่ามากกว่า 0.80 และน้อยกว่า -0.80 มีจำนวนทั้งหมด 72 ค่า (32.73%) โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12: ค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัด จำแนกตามช่วงต่าง ๆ

ช่วง	ค่า r		ช่วง	ค่า r		ช่วง	ค่า r	
	จำนวน	%		จำนวน	%		จำนวน	%
> 0.8	72	32.7	<- 0.8	0	0	$\lvert r \rvert$ > 0.8 r	72	32.73
0.51 ถึง 0.80	18	8.2	-0.51 ถึง -0.80	0	0	0.51 $\lvert r \rvert$ <=0.80	18	8.18
0.31 ถึง 0.50	26	11.8	-0.31 ถึง -0.50	0	0	0.31 $\lvert r \rvert$ <=0.50	26	11.82
0.00 ถึง 0.30	103	46.8	-0.00 ถึง -0.30	1	0.5	0.00 $\lvert r \rvert$ <=0.30	104	47.27

จากการศึกษาพบว่าค่าสหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร ที่ได้จากงานวิจัยทั้งหมด 220 ค่า มีความแตกต่างกันค่อนข้างสูง การนำเสนอผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไปจึงเป็นการตรวจสอบตัวแปรที่มีอิทธิพลที่ทำให้เกิดความแตกต่างในสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร

4.4.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้วตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนนี้ เป็นการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารจำแนกตามตัวแปรกำกับคุณลักษณะงานวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two- Way ANOVA) ในการวิเคราะห์ ซึ่งก่อนการวิเคราะห์ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variance) พบว่ามีตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน จำนวน 10 ตัวแปร โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านการพิมพ์ ได้แก่ (1) เพศของผู้วิจัย (2) ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัย และ (3) ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา

2) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย ได้แก่ (4) วัตถุประสงค์ของงานวิจัย และ (5) รูปแบบการอภิปรายผลของงานวิจัย

3) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านระเบียบวิธีวิจัย ได้แก่ (6) ประเภทของสมมติฐาน (7) ตัวแปรตามที่ใช้ (8) วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (9) คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม และ (10) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารระหว่างกลุ่มที่ปรับแก้แล้ว จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ด้านที่ 1 ได้แก่ ด้านคุณลักษณะด้านการพิมพ์ มีจำนวน 3 ตัวแปร ประกอบไปด้วย

1) เพศของผู้วิจัย พบว่า งานวิจัยที่จัดทำโดยผู้วิจัยเพศชาย มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด ($\bar{r}$ = 0.570, SD = 0.407) และงานวิจัยที่จัดทำโดยผู้วิจัยเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รองลงมา ($\bar{r}$ = 0.441, SD = 0.378)

2) ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัย พบว่า งานวิจัยที่ตีพิมพ์ปี พ.ศ. 2537 - 2541 มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด ($\bar{r}$ = 0.821, SD = 0.339) รองลงมาคือ ปี พ.ศ. 2542 - 2546 ($\bar{r}$ = 0.444, SD = 0.392) ปี พ.ศ. 2547 - 2551 ($\bar{r}$ = 0.369, SD = 0.317) และปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยที่มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด คือ ปี พ.ศ. 2552 - 2556 ($\bar{r}$ = 0.342, SD = 0.315)

3) ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา พบว่า งานวิจัยที่มีอาจารย์ที่ปรึกษาในตำแหน่งรองศาสตราจารย์มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด ($\bar{r}$ = 0.649, SD = 0.411) รองลงมาคือ ตำแหน่งอาจารย์/ ดร. ($\bar{r}$ = 0.503, SD = 0.393) และตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่

ปรึกษา ที่มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด คือ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ($\bar{r}$ = 0.354, SD = 0.329)

หลังจากที่ผู้วิจัยวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย โดยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าคุณลักษณะงานวิจัยทุกด้านส่งผลต่อความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ ทำให้ต้องพิจารณาผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายคู่แบบ Dunnett T3 เนื่องมาจากในการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวนพบว่าตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยส่วนมากมีความแปรปรวนไม่เท่ากัน ซึ่งพบว่าคุณลักษณะด้านการพิมพ์ มีการทดสอบรายคู่จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัย พบว่า งานวิจัยที่ตีพิมพ์ปี พ.ศ. 2537 - 2541 มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่างานวิจัยที่ตีพิมพ์ ปี พ.ศ. 2542 - 2546 ปี พ.ศ. 2547 - 2551 และ ปี พ.ศ. 2552 - 2556

จากนั้น ผู้วิจัยจึงเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านการพิมพ์ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two - Way ANOVA) พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านการพิมพ์ที่ส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ของงานวิจัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 ตัว ได้แก่ ตัวแปรปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยกับตัวแปรตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา

ด้านที่ 2 ได้แก่ ด้านคุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย มีจำนวน 2 ตัวแปร ประกอบด้วย

1) วัตถุประสงค์ของงานวิจัย พบว่า งานวิจัยที่เลือกใช้วัตถุประสงค์เพื่อเพื่ออธิบายมีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด ($\bar{r}$ = 0.882, SD = 0.334) รองลงมาคือ วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ ($\bar{r}$ = 0.832, SD = 0.200) วัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ ($\bar{r}$ = 0.541, SD = 0.543) วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ($\bar{r}$ = 0.471, SD = 0.391) และวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ ($\bar{r}$ = 0.412, SD = 0.342) ส่วนวัตถุประสงค์ที่มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด คือ วัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบ ($\bar{r}$ = 0.410, SD = 0.433)

2) รูปแบบการอภิปรายผล พบว่า งานวิจัยที่เลือกใช้การอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี และการอภิปรายผลโดยอาศัยรูปแบบของตนเองมีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด คือ ($\bar{r}$ = 1.000, SD = 0.000) รองลงมาคือ การเลือกใช้การอภิปรายผลโดยอ้างอิงกับงานวิจัย ($\bar{r}$ = 0.448, SD = 0.373) และรูปแบบการอภิปรายผลที่มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด คือ การอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย ($\bar{r}$ = 0.445, SD = 0.381)

หลังจากที่ผู้วิจัยวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย โดยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าคุณลักษณะงานวิจัยทุกด้านส่งผลต่อความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ ทำให้ต้องพิจารณาผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายคู่แบบ Dunnett T3 เนื่องมาจากในการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวนพบว่าตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยส่วนมากมีความแปรปรวนไม่เท่ากัน ซึ่งพบว่าคุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย มีการทดสอบรายคู่จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ รูปแบบการอภิปรายผล พบว่า งานวิจัยที่มีการอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่างานวิจัยที่มีการอภิปรายผลโดยอิงกับงานวิจัย การอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย และงานวิจัยที่มีการอภิปรายผลโดยอาศัยรูปแบบของตนเอง มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่า งานวิจัยที่มีการอภิปรายผลโดยอิงกับงานวิจัย และการอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย

จากนั้นผู้วิจัยจึงเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านเนื้อหาสาระ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two - Way ANOVA) พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัยส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ของงานวิจัยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 0.01 และ 0.05

ด้านที่ 3 ได้แก่ ด้านคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย มีจำนวน 5 ตัวแปร ประกอบไปด้วย

1) ประเภทของสมมติฐาน พบว่า งานวิจัยที่ไม่มี/ ไม่ระบุสมมติฐาน มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด ($\bar{r}$ = 0.541, SD = 0.543) รองลงมาคือ สมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง ($\bar{r}$ = 0.479, SD = 0.382) และสมมติฐานแบบมีทิศทาง ($\bar{r}$ = 0.477, SD = 0.424) ตามลำดับ ส่วนประเภทของสมมติฐานที่มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด คือ สมมติฐานแบบมีทิศทางและไม่มีทิศทาง ($\bar{r}$ = 0.393, SD = 0.399)

2) ตัวแปรตามที่เลือกใช้ พบว่า งานวิจัยที่เลือกใช้ตัวแปรตามด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด ($\bar{r}$ = 0.612, SD = 0.389) รองลงมาคือ ตัวแปรตามด้านการเปิดรับข่าวสาร ($\bar{r}$ = 0.598, SD = 0.412) ตัวแปรตามด้านอื่น ๆ ($\bar{r}$ = 0.541, SD = 0.543) ตัวแปรตามด้านทัศนคติของผู้บริโภค ($\bar{r}$ = 0.461, SD = 0.384) ตัวแปรตามด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ($\bar{r}$ = 0.429, SD = 0.376) และตัวแปรตามด้านความคิดเห็นต่อการใช้สินค้า/บริการ ($\bar{r}$ = 0.426, SD = 0.383) ส่วนตัวแปรตามที่เลือกใช้ที่มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด คือ ตัวแปรตามด้านแรงจูงใจภายนอกและแรงจูงใจภายใน ($\bar{r}$ = 0.248, SD = 0.276)

3) วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง พบว่า งานวิจัยที่เลือกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่ายมีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด ($\bar{r}$ = 0.873, SD = 0.266) รองลงมาคือ การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ($\bar{r}$ = 0.698, SD = 0.392) การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ($\bar{r}$ = 0.643, SD = 0.422) การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ($\bar{r}$ = 0.404, SD = 0.364) การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ($\bar{r}$ = 0.385, SD= 0.393) การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า ($\bar{r}$ = 0.301, SD = 0.142) และการไม่ระบุการสุ่มตัวอย่าง ($\bar{r}$ = 0.274, SD = 0.288) ตามลำดับ ส่วนวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด คือ การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม ($\bar{r}$ = 0.204, SD = 0.253)

4) คุณภาพของเครื่องมือในภาพรวม พบว่า งานวิจัยที่ไม่ระบุคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด ($\bar{r}$ = 1.000, SD = 0.000) รองลงมาคือคุณภาพของเครื่องมือในระดับต่ำ ($\bar{r}$ = 0.706, SD = 0.422) คุณภาพของเครื่องมือในระดับปานกลาง ($\bar{r}$ = 0.518, SD = 0.410) และคุณภาพของเครื่องมือในระดับดีมาก ($\bar{r}$ = 0.357, SD = 0.345) ส่วนคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมที่มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด คือ คุณภาพของเครื่องมือในระดับดี ($\bar{r}$ = 0.332, SD = 0.345)

5) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า งานวิจัยที่เลือกใช้สถิติ T-Test มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด ($\bar{r}$ = 0.726, SD = 0.390) รองลงมาคือ สถิติ Factorial Analysis ($\bar{r}$ = 0.698, SD = 0.392) สถิติ MANOVA ($\bar{r}$ = 0.588, SD = 0.515) Mata- Analysis ($\bar{r}$ = 0.541, SD = 0.543) สถิติ Pearson ($\bar{r}$ = 0.509, SD = 0.350) สถิติ Chi-Square ($\bar{r}$ = 0.440, SD = 0.433) สถิติ One-Way ANOVA ($\bar{r}$ = 0.371, SD = 0.335) และสถิติ Multiple Regression ($\bar{r}$ = 0.194, SD = 0.166) ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด คือ สถิติ Hotelling's T ($\bar{r}$ = 0.173, SD = 0.108)

หลังจากที่ผู้วิจัยวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย โดยการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่าคุณลักษณะงานวิจัยทุกด้านส่งผลต่อความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้ ทำให้ต้องพิจารณาผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รายคู่แบบ Dunnett T3 เนื่องมาจากในการทดสอบความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวนพบว่าตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยส่วนมากมีความแปรปรวนไม่เท่ากัน ซึ่งพบว่าคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัยมีการทดสอบรายคู่จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง โดยพบว่างานวิจัยที่มีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่า การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า และไม่ระบุการสุ่มตัวอย่าง ทางด้านงานวิจัยที่มีคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวม พบว่า งานวิจัยที่ไม่ระบุคุณภาพของเครื่องมือมี

ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่างานวิจัยที่มีคุณภาพของเครื่องมือระดับปานกลางและคุณภาพของเครื่องมือระดับดี และงานวิจัยที่มีคุณภาพของเครื่องมือระดับต่ำมีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่าคุณภาพของเครื่องมือระดับดี ส่วนงานวิจัยที่มีคุณภาพของเครื่องมือระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่าคุณภาพของเครื่องมือระดับดี

จากนั้นผู้วิจัยจึงเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านระเบียบวิธีวิจัย ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two - Way ANOVA) พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านระเบียบวิธีวิจัย ที่ส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ของงานวิจัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 1 ตัว ได้แก่ ตัวแปรตามที่เลือกใช้ กับตัวแปรคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวม โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13: ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย

ค่าของตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย	ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์			Test of Equality of Variance		ANOVA	
	n	$\bar{r}$	SD	F-test	Sig	F-test	Sig
1.คุณลักษณะด้านการพิมพ์							
1.1 เพศของผู้วิจัย	218	0.469	0.387	6.912	0.000	6.912	0.000***
- เพศหญิง	172	0.441	0.378				
- เพศชาย	46	0.570	0.407				
1.2 ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัย	218	0.469	0.387	6.912	0.000	8.642	0.000***
- ปี พ.ศ. 2537 - 2541	35	0.821	0.339	1) ปี พ.ศ. 2537 - 2541 > ปี พ.ศ. 2542 - 2546 , ปี พ.ศ. 2547 - 2551 , ปี พ.ศ. 2552 - 2556			
- ปี พ.ศ. 2542 - 2546	95	0.444	0.392				
- ปี พ.ศ. 2547 - 2551	42	0.369	0.317				
- ปี พ.ศ. 2552 - 2556	46	0.342	0.315				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย

ค่าของตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย	ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์			Test of Equality of Variance		ANOVA	
	n	$\bar{r}$	SD	F-test	Sig	F-test	Sig
1.คุณลักษณะด้านการพิมพ์ (ต่อ)							
1.3 ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา	218	0.469	0.387	6.912	0.000	0.088	0.915
- รองศาสตราจารย์	54	0.649	0.411				
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์	103	0.354	0.329				
- อาจารย์ / ดร.	61	0.503	0.393				
เพศ * ปี				6.912	0.000	2.391	0.070
เพศ * ตำแหน่ง						1.012	0.365
ปี * ตำแหน่ง						2.428	0.027*
เพศ * ปี * ตำแหน่ง						3.862	0.051
2. คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย							
2.1 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	218	0.469	0.387	4.564	0.000	1.238	0.293
- เพื่อศึกษา	114	0.471	0.391				
- เพื่อเปรียบเทียบ	23	0.410	0.433				
- เพื่อหาความสัมพันธ์	67	0.412	0.342				
- เพื่ออธิบาย	8	0.882	0.334				
- เพื่อวิเคราะห์	4	0.832	0.200				
- เพื่อสังเคราะห์	2	0.541	0.543				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย

ค่าของตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย	ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์			Test of Equality of Variance		ANOVA	
	n	$\bar{r}$	SD	F-test	Sig	F-test	Sig
2. คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย (ต่อ)							
2.2 รูปแบบการอภิปรายผล	218	0.469	0.387	4.564	0.000	4.065	0.008**
- โดยอิงกับทฤษฎี	4	1.000	0.000	1. อภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี > อภิปรายผลโดยอิงกับงานวิจัย , อภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย 2. อภิปรายผลโดยอาศัยรูปแบบของตนเอง > อภิปรายผลโดยอิงกับงานวิจัย , อภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย			
- โดยอิงกับงานวิจัย	44	0.448	0.373				
- โดยอาศัยรูปแบบของตนเอง	5	1.000	0.000				
- โดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย	165	0.445	0.381				
วัตถุประสงค์ * การอภิปรายผล				4.564	0.000	0.973	0.423
3. คุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย							
3.1 ประเภทสมมติฐาน	218	0.469	0.387	3.018	0.000	1.072	0.346
- ไม่มีสมมติฐาน	2	0.541	0.543				
- แบบมีทิศทาง	18	0.477	0.424				
- แบบไม่มีทิศทาง	170	0.479	0.382				
- แบบมีทิศทางและไม่มีทิศทาง	28	0.393	0.399				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย

ค่าของตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย	ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์			Test of Equality of Variance		ANOVA	
	n	$\bar{r}$	SD	F-test	Sig	F-test	Sig
3. คุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย (ต่อ)							
3.2 ตัวแปรตาม	218	0.469	0.387	3.018	0.000	2.022	0.081
- การเปิดรับข่าวสาร	26	0.598	0.412				
- ความคิดเห็นต่อการใช้สินค้า/ บริการ	34	0.426	0.383				
- ทัศนคติของผู้บริโภค	43	0.461	0.384				
- พฤติกรรมผู้บริโภค	72	0.429	0.376				
- ความพึงพอใจผู้บริโภค	28	0.612	0.389				
- แรงจูงใจภายในและนอก	13	0.248	0.276				
- ตัวแปรอื่น ๆ	2	0.541	0.543				
3.3 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	218	0.469	0.387	3.018	0.000	3.572	0.001***
- แบบอย่างง่าย	20	0.873	0.266	1) การสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย > การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน , การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก , การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา , ไม่ระบุการสุ่มตัวอย่าง			
- แบบเป็นระบบ	3	0.483	0.292				
- แบบแบ่งชั้นภูมิ	10	0.698	0.392				
- แบบแบ่งกลุ่ม	4	0.204	0.253				
- แบบหลายขั้นตอน	134	0.404	0.364				
- แบบสะดวก	15	0.385	0.393				
- แบบโควตา	4	0.301	0.142				
- แบบเจาะจง	18	0.643	0.422				
- ไม่ระบุ	10	0.274	0.288				

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย

ค่าของตัวประคุณลักษณะงานวิจัย	ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์			Test of Equality of Variance		ANOVA	
	n	$\bar{r}$	SD	F-test	Sig	F-test	Sig
3. คุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย (ต่อ)							
3.4 คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม	218	0.469	0.387	3.018	0.000	3.061	0.020*
- ไม่ระบุคุณภาพ	10	1.000	0.000	1) ไม่ระบุคุณภาพเครื่องมือ > ปานกลาง, ดี			
- ต่ำ	16	0.706	0.422	2) ต่ำ > ดี			
- ปานกลาง	90	0.518	0.410	3) ปานกลาง > ดี			
- ดี	88	0.332	0.293				
- ดีมาก	14	0.357	0.345				
3.5 สถิติที่ใช้วิเคราะห์	218	0.469	0.387	3.018	0.000	1.957	0.059
- T-Test	21	0.726	0.390				
- Chi-Square	46	0.440	0.433				
- One-Way ANOVA	55	0.371	0.335				
- MANOVA	7	0.588	0.515				
- Pearson	61	0.509	0.350				
- Multiple Regression	13	0.194	0.166				
- Factorial Analysis	10	0.698	0.392				
- Hotelling's T	3	0.173	0.108				
- Meta Analysis	2	0.541	0.543				
สมมติฐาน * ตัวแปรตาม				3.018	0.000	0.878	0.480
สมมติฐาน * สถิติ						1.055	0.307
ตัวแปรตาม * วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง						0.714	0.660
ตัวแปรตาม*คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม						4.103	0.004**

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ): ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย

ค่าของตัวประคุณลักษณะงานวิจัย	ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์			Test of Equality of Variance		ANOVA	
	n	$\bar{r}$	SD	F-test	Sig	F-test	Sig
3. คุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย (ต่อ)							
ตัวแปรตาม*สถิติ				3.018	0.000	0.705	0.744
วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง * คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม						0.180	0.836
วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง * สถิติ						2.030	0.080
คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม * สถิติ						1.863	0.122
ตัวแปรตาม * คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม * สถิติ						1.048	0.386

4.4.3 ผลการวิเคราะห์เพื่ออธิบายความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยนำตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่เป็นตัวแปรจัดประเภทและตัวแปรต่อเนื่องมาคัดเลือกเพื่อให้ได้ตัวแปรทำนายรวม 22 ตัวแปร โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่เป็นตัวแปรจัดประเภท จำนวน 16 ตัวแปร แบ่งออกเป็น

1.1) ตัวแปรจัดประเภทที่ไม่ต้องแปลงเป็นตัวแปรหุ่น จำนวน 7 ตัวแปร ได้แก่ (1) ตัวแปรประเภทของวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ (RESOBJ4) (2) ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (THEORY13) (3) ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (THRORY21) (4) ตัวแปรตามด้านการเปิดรับข่าวสาร (DV1) (5) ตัวแปรตามด้านความพึงพอใจ (DV5) (6) ตัวแปรอิสระด้านลักษณะทางประชากร (IV6) และ (7) ตัวแปรสถิติ Multiple Regression (TYPEANA5)

1.2) ตัวแปรจัดประเภทที่ต้องแปลงเป็นตัวแปรหุ่น จำนวน 9 ตัวแปร ได้แก่ (1) แปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีพ.ศ. 2552 - 2556 (D_YEAR4) (2) ตัวแปรหุ่นตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (D_ACARANK3) (3) ตัวแปรหุ่นรูปแบบการอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี (D_DISCUT1) (4) ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (D_METSELE6) (5) ตัวแปรหุ่นคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี (D_OUAINS4) (6) ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหาความ

เหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง (D_CONVALI3) (7) ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว (D_VAILD1) (8) ตัวแปรหุ่นชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's alpha (D_ TYPEREL1) และ (9) ตัวแปรหุ่นแตกต่างที่ระดับ 0.001 (D_SIGNF4)

2) ตัวแปรต่อเนื่องที่เลือกใช้ มีจำนวน 6 ตัวแปร ได้แก่ (1) ตัวแปรจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก (NUMPAGE) (2) ตัวแปรจำนวนวัตถุประสงค์ (NUMOBJ) (3) ตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม (NUMDV) (4) ตัวแปรจำนวนสมมติฐาน (NUMHYPO) (5) ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ (NUMRV) และ (6) ตัวแปรขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (SUMSIZE)

จากนั้นนำตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ได้คัดเลือกแล้วจำนวน 22 ตัวแปรมาจัดกลุ่มและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านการพิมพ์ คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย และคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย ทั้งนี้ได้มีการเพิ่มตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (M_QUALITY) เข้าไปด้วย รวมทั้งหมด 23 ตัวแปร เพื่อนำมาวิเคราะห์กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้วอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพื่อนำมาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ต่อไป

แต่เนื่องจากตัวแปรที่จะนำมาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณต้องเป็นตัวแปรที่อยู่ในระดับการวัดแบบต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงทำการแปลงตัวแปรจัดประเภทให้อยู่ในรูปของตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ที่มีค่าเป็น 0 หรือ 1 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14: การแปลงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านตัวแปรจัดประเภทให้เป็นตัวแปรหุ่น

ชื่อตัวแปรหุ่น	รหัสของตัวแปร	ค่าและความหมายของตัวแปร	
		0 = ไม่ใช่	1 = ใช่
1. ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัย			
- ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีพ.ศ. 2537 - 2541	D_YEAR1	ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีอื่น	ปี 2537 - 2541
- ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปี พ.ศ. 2542 - 2546	D_YEAR2	ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีอื่น	ปี 2542 - 2546
- ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีพ.ศ. 2547 - 2551	D_YEAR3	ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีอื่น	ปี 2547 - 2551
- ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีพ.ศ. 2552 - 2556	D_YEAR4	ปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีอื่น	ปี 2552 - 2556
2. ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา			
- ตัวแปรหุ่นตำแหน่งศาสตราจารย์	D_ACARANK1	ตำแหน่งวิชาการอื่น	ตำแหน่งศาสตราจารย์
- ตัวแปรหุ่นตำแหน่งรองศาสตราจารย์	D_ACARANK2	ตำแหน่งวิชาการอื่น	ตำแหน่งรองศาสตราจารย์
- ตัวแปรหุ่นตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์	D_ACARANK3	ตำแหน่งวิชาการอื่น	ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์
- ตัวแปรหุ่นตำแหน่งอาจารย์ / ดร.	D_ACARANK4	ตำแหน่งวิชาการอื่น	ตำแหน่งอาจารย์/ดร.
3. รูปแบบการอภิปรายผล			
- ตัวแปรหุ่นอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี	D_DISCUT1	การอภิปรายผลแบบอื่น	การอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี
- ตัวแปรหุ่นอภิปรายผลโดยอิงกับงานวิจัย	D_DISCUT2	การอภิปรายผลแบบอื่น	การอภิปรายผลโดยอิงกับงานวิจัย
- ตัวแปรหุ่นอภิปรายผลโดยอาศัยรูปแบบของผู้วิจัย	D_DISCUT3	การอภิปรายผลแบบอื่น	การอภิปรายผลโดยอาศัยรูปแบบของผู้วิจัย
- ตัวแปรหุ่นอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย	D_DISCUT4	การอภิปรายผลแบบอื่น	การอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): การแปลงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านตัวแปรจัดประเภทให้เป็นตัวแปรหุ่น

ชื่อตัวแปรหุ่น	รหัสของตัวแปร	ค่าและความหมายของตัวแปร	
		0 = ไม่ใช่	1 = ใช่
4. วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง			
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบประชากร	D_METSELE1	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบประชากร
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย	D_METSELE2	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ	D_METSELE3	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ	D_METSELE4	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม	D_METSELE5	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน	D_METSELE6	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนการสุ่ม
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก	D_METSELE7	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	ตัวอย่างแบบสะดวก
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า	D_METSELE8	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบโควต้า
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง	D_METSELE9	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง
- ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่	D_METSELE10	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	การสุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่
- ตัวแปรหุ่นไม่ระบุการสุ่มตัวอย่าง	D_METSELE11	วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอื่น	ไม่ระบุการสุ่มตัวอย่าง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): การแปลงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านตัวแปรจัดประเภทให้เป็นตัวแปรหุ่น

ชื่อตัวแปรหุ่น	รหัสของตัวแปร	ค่าและความหมายของตัวแปร	
		0 = ไม่ใช่	1 = ใช่
5. คุณภาพของเครื่องมือในภาพรวม			
- ตัวแปรหุ่นไม่ระบุคุณภาพของเครื่องมือ	D_NOCONVALI	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	ไม่ระบุคุณภาพของเครื่องมือ
- ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมือระดับต่ำมาก	D_OUAINS1	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	คุณภาพเครื่องมือระดับต่ำมาก
- ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมือระดับต่ำ	D_OUAINS2	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	คุณภาพเครื่องมือระดับต่ำ
- ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมือระดับปานกลาง	D_OUAINS3	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	คุณภาพเครื่องมือระดับปานกลาง
- ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมือระดับดี	D_OUAINS4	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	คุณภาพเครื่องมือระดับดี
- ตัวแปรหุ่นคุณภาพของเครื่องมือระดับดีมาก	D_OUAINS5	คุณภาพของเครื่องมือระดับอื่น	คุณภาพเครื่องมือระดับดีมาก
6. การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา			
- ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา	D_CONVALI1	การตรวจสอบความตรงแบบอื่น	ตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา
- ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหาโครงสร้างของแบบสอบถาม	D_CONVALI2	การตรวจสอบความตรงแบบอื่น	ตรวจสอบเนื้อหาโครงสร้างของแบบสอบถาม
- ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างของแบบสอบถาม	D_CONVALI3	การตรวจสอบความตรงแบบอื่น	ตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง
- ตัวแปรหุ่นไม่ระบุการตรวจสอบความตรง	D_NOCONVALI	การตรวจสอบความตรงแบบอื่น	ไม่ระบุการตรวจสอบความตรง

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): การแปลงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านตัวแปรจัดประเภทให้เป็นตัวแปรหุ่น

ชื่อตัวแปรหุ่น	รหัสของตัวแปร	ค่าและความหมายของตัวแปร	
		0 = ไม่ใช่	1 = ใช่
7.วิธีการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา			
- ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบคนเดียว	D_VAILD1	วิธีตรวจสอบความตรงแบบอื่น	อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ
- ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติตรวจสอบ	D_VAILD2	วิธีตรวจสอบความตรงแบบอื่น	อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติตรวจสอบ
- ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบ	D_VAILD3	วิธีตรวจสอบความตรงแบบอื่น	อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบ
- ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ	D_VAILD4	วิธีตรวจสอบความตรงแบบอื่น	อาจารย์ที่ปรึกษา คณะกรรมการวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ
- ตัวแปรหุ่นผู้เชี่ยวชาญหลายคนที่เชี่ยวชาญหลายด้านตรวจสอบ	D_VAILD5	วิธีตรวจสอบความตรงแบบอื่น	ผู้เชี่ยวชาญหลายคนที่เชี่ยวชาญหลายด้านตรวจสอบ
- ตัวแปรหุ่นไม่ระบุวิธีการตรวจสอบความตรงเนื้อหา	D_NOVAILD	วิธีตรวจสอบความตรงแบบอื่น	ไม่ระบุวิธีการตรวจสอบความตรง
8.ชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้			
- ตัวแปรหุ่นค่า Cronbach's alpha	D_ TYPEREL1	ชนิดความเที่ยงที่ใช้เป็นแบบอื่น	ค่า Cronbach's alpha
- ตัวแปรหุ่นค่า Kuder –Richardson	D_ TYPEREL2	ชนิดความเที่ยงที่ใช้เป็นแบบอื่น	ค่า Kuder –Richardson

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.14 (ต่อ): การแปลงตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทางด้านตัวแปรจัดประเภทให้เป็นตัวแปรหุ่น

ชื่อตัวแปรหุ่น	รหัสของตัวแปร	ค่าและความหมายของตัวแปร	
		0 = ไม่ใช่	1 = ใช่
9. ผลการทดสอบสมมติฐาน			
- ตัวแปรหุ่นไม่ระบุผลการทดสอบสมมติฐาน	D_NOSIGNF	ผลการทดสอบสมมติฐานแบบอื่น	ไม่ระบุผลการทดสอบสมมติฐาน
- ตัวแปรหุ่นไม่แตกต่างที่ระดับ .001	D_SIGNF1	ผลการทดสอบสมมติฐานแบบอื่น	ไม่แตกต่างที่ระดับ .001
- ตัวแปรหุ่นไม่แตกต่างที่ระดับ .01	D_SIGNF2	ผลการทดสอบสมมติฐานแบบอื่น	ไม่แตกต่างที่ระดับ .01
- ตัวแปรหุ่นไม่แตกต่างที่ระดับ .05	D_SIGNF3	ผลการทดสอบสมมติฐานแบบอื่น	ไม่แตกต่างที่ระดับ .05
- ตัวแปรหุ่นแตกต่างที่ระดับ .001	D_SIGNF4	ผลการทดสอบสมมติฐานแบบอื่น	แตกต่างที่ระดับ .001
- ตัวแปรหุ่นแตกต่างที่ระดับ .01	D_SIGNF5	ผลการทดสอบสมมติฐานแบบอื่น	แตกต่างที่ระดับ .01
- ตัวแปรหุ่นแตกต่างที่ระดับ .05	D_SIGNF6	ผลการทดสอบสมมติฐานแบบอื่น	แตกต่างที่ระดับ .05

จากนั้นผู้วิจัยนำตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทั้งด้านตัวแปรจัดประเภทและตัวแปรต่อเนื่อง รวมถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (M_QUALITY) รวมทั้งหมด 23 ตัวแปร มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) กับตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยและตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ ทั้ง 23 ตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง -0.661 ถึง 0.188 ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางถึงระดับต่ำ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ในทางบวก จำนวน 5 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรหุ่นรูปแบบการอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี (D_DISCUT1) (r = 0.188) ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (THEORY13) (r = 0.158) ตัวแปรตามด้านการเปิดรับข่าวสาร (DV1) (r = 0.155) ตัวแปรตามด้านความพึงพอใจ (DV5) (r = 0.151) และตัวแปรหุ่นแตกต่างที่ระดับ 0.001 (D_SIGNF4) (r = 0.124)

2) ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ในทางลบ จำนวน 17 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรประเภทของวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ (RESOBJ4) (r = -0.098) ตัวแปรอิสระด้านลักษณะทางประชากร (IV6) (r = -0.135) ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้าง (D_CONVALI3) (r = -0.142) ตัวแปรจำนวนวัตถุประสงค์ (NUMOBJ) (r = -0.156) ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว (D_VAILD1) (r = -0.159) ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปี พ.ศ. 2552 - 2556 (D_YEAR4) (r = -0.169) ตัวแปรสถิติ Multiple Regression (TYPEANA5) (r = -0.179) ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (D_METSELE6) (r = -0.211) ตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม (NUMDV) (r = -0.222) ตัวแปรขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (SUMSIZE) (r = -0.229) ตัวแปรจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก (NUMPAGE) (r = -0.230) ตัวแปรจำนวนสมมติฐาน (NUMHYPO) (r = -0.244) ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (THRORY21) (r = -0.268) ตัวแปรหุ่นคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี (D_OUAINS4) (r = -0.276) ตัวแปรหุ่นตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (D_ACARANK3) (r = -0.282) ตัวแปรหุ่นชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's alpha (D_ TYPEREL1) (r = -0.547) ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ (NUMRV) (r = -0.661)

3) ตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (M_QUALITY) มีความสัมพันธ์กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ในทางลบ (r = -0.250) โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.15: ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1. R_MEASURE	1.000																							
2. D_YEAR4	-.169**	1.000																						
3. D_ACARANK3	-.282***	.209***	1.000																					
4. NUMPAGE	-.230***	-.072	.204***	1.000																				
5. RESOBJ4	-.098	.094	-.073	.200**	1.000																			
6. NUMOBJ	-.156*	.005	.002	.410***	.290***	1.000																		
7. THEORY13	.158**	-.025	-.049	-.140*	-.083	-.159**	1.000																	
8. THEORY21	-.268***	-.105	.074	.118*	.164**	.236***	-.215***	1.000																
9. NUMDV	-.222***	-.087	.284***	.384***	.132	.383***	-.247***	.319***	1.000															
10. NUMHYPO	-.244***	-.098	.269***	.377***	.062	.536***	-.172**	.080	.350***	1.000														
11. D_DISCUT1	.188**	-.071	.144*	-.088	-.091	-.064	-.072	-.077	.122*	-.091	1.000													
12. DV1	.155*	.037	-.116*	-.199**	-.196**	-.200**	.265***	-.118*	-.107	-.208***	.050	1.000												
13. DV5	.151*	-.207***	-.245***	-.080	.051	-.037	.082	-.192**	-.040	-.040	-.055	-.114*	1.000											
14. IV6	-.135*	-.040	.073	.164**	-.223***	-.275***	-.118*	.005	.163**	-.132*	.138*	.086	-.023	1.000										
15. D_METSELE6	-.211***	.063	.089	-.115*	.078	-.091	-.112*	.222***	.199**	.055	.108	.022	-.176**	.106	1.000									
16. SUMSIZE	-.229***	.037	.150*	.202***	.132*	.008	-.120*	.078	.215***	.050	.028	.053	-.239***	.336***	.242***	1.000								
17. D_OUAINS4	-.276***	.177**	.156*	.066	.312***	.094	-.228***	.346***	.316***	.098	-.102	-.115*	.007	.198**	.296***	.134*	1.000							
18. D_CONVALI3	-.142*	-.010	.205***	.063	-.030	.281***	-.112*	.219***	.047	.225***	-.097	-.069	-.114*	-.236***	.282***	-.114*	-.002	1.000						
19. D_VAILD1	-.159**	-.067	.194**	.130*	.112*	.022	-.006	.087	.091	.273***	-.104	-.150*	.138*	-.069	.407***	.114*	.067	.125*	1.000					
20. D_ TYPEREL1	-.547***	.196**	.416***	.246***	.174**	.233***	-.253***	.055	.389***	.264***	.067	-.056	-.109	.205***	.259***	.448***	.365***	.026	.203***	1.000				
21. NUMRV	-.661***	.267***	.298***	.294***	.256***	.159**	-.206***	.127*	.202***	.229***	-.247***	-.141*	-.169**	.215***	.259***	.334***	.441***	-.018	.249***	.707***	1.000			
22. TYPEANA5	-.179**	.012	.111	.071	-.084	.050	-.085	-.095	-.189**	.490***	-.034	-.097	-.101	-.211***	.160**	.004	-.067	.191**	.250***	.074	.171**	1.000		
23. D_SIGNF4	.124*	-.086	.077	-.067	-.153*	.116	.048	.027	.112*	.195**	-.050	.197**	-.106	-.166**	.030	-.004	-.009	.129*	-.192**	-.107	-.189**	.087	1.000	
24. M_QUALITY	-.250***	.241***	.257***	.128*	.148*	.235***	-.012	.223***	.231***	.320***	-.046	-.063	-.099	-.144*	.387***	.074	.260***	.431***	.383***	.390***	.412***	.247***	.010	1.000
MEAN	.4686	.21	.47	154.37	.31	4.92	.22	.24	2.83	5.89	.02	.13	.14	.50	.61	380.89	.36	.33	.37	.81	.63252	.06	.12	2.801
S.D.	.38663	.409	.500	72.359	.462	1.975	.412	.427	1.314	2.833	.135	.335	.345	.501	.488	93.498	.480	.473	.483	.395	.351575	.237	.325	.201

P < 0.05 = *, P < 0.01 = **, P < 0.001 = ***

เมื่อได้ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่มีความสัมพันธ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ (R_MEASURE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 .01 และ .001 ผู้วิจัยนำตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยในข้างต้นจำนวน 23 ตัวแปร ที่ได้จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์มาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ซึ่งก่อนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคุณผู้วิจัยต้องทำการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยกับตัวแปรคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ โดยใช้การตรวจสอบ 3 วิธี ตามวิธีการของ แฮร์, แบล็ค, บาบิน และแอนเดอร์สัน (Hair, Black, Babin & Anderson, 2009 อ้างใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2552 และญานิศร สมศิริ, 2555) ดังนี้

วิธีแรก เป็นการตรวจสอบ 2 ขั้นตอน ได้แก่ การใช้เกณฑ์การตรวจสอบ คือ ดัชนีเงื่อนไข (Condition Index) ของมิติต้องมีค่าน้อยกว่า 30 และตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สัดส่วนความแปรปรวน (Proportions of Variance Coefficient) ไม่มีค่าเกิน 0.90 มากกว่า 1 ตัวแปร ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ไม่พบการเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

วิธีที่สอง เป็นการตรวจสอบค่า VIF (Variance Inflation Faction) ต้องมีค่าไม่เกิน 10 และค่า Tolerance ต้องไม่ต่ำกว่า 0.10 ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ไม่พบการเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

วิธีที่สาม เป็นการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต้องไม่เกิน 0.90 โดยผลจากการวิเคราะห์เมททริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย ไม่มีค่าใดเกิน 0.90 ทำให้สามารถสรุปได้ได้ว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทำนายไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ซึ่งสามารถนำตัวแปรเหล่านี้ไปใช้เพื่อการวิเคราะห์ถดถอยในขั้นต่อไป

หลังจากตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุแล้ว ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่ออธิบายความแปรปรวนในตัวแปรตาม คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร ด้วยตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ โดยผู้วิจัยได้แบ่งตัวแปรอิสระ 23 ตัวแปร ออกเป็นกลุ่มย่อย 4 ชุด ได้แก่ กลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านการพิมพ์ กลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านเนื้อหาสะระของงานวิจัย กลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย และกลุ่มตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ โดยใช้วิธีการใส่ตัวแปรเข้าไปในสมการถดถอยทีละชุด ดังนี้

ตัวแปรชุดที่ 1 คือ กลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านการพิมพ์จำนวน 3 ตัวแปร ประกอบไปด้วย ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีพ.ศ. 2552 - 2556 (D_YEAR4) ตัวแปรหุ่นตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (D_ACARANK3) และ ตัวแปรจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก (NUMPAGE)

ตัวแปรชุดที่ 2 คือ กลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านเนื้อหาสะระของงานวิจัยจำนวน 7 ตัวแปร ประกอบไปด้วย ตัวแปรประเภทของวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ (RESOBJ4) ตัวแปรจำนวนวัตถุประสงค์ (NUMOBJ) ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึง

พอใจ (THEORY13) ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (THRORY21) ตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม (NUMDV) ตัวแปรจำนวนสมมติฐาน (NUMHYPO) และตัวแปรหุ่นรูปแบบการอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี (D_DISCUT1)

ตัวแปรชุดที่ 3 คือ กลุ่มตัวแปรคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย จำนวน 12 ตัวแปร ประกอบไปด้วย ตัวแปรตามด้านการเปิดรับข่าวสาร (DV1) ตัวแปรตามด้านความพึงพอใจ (DV5) ตัวแปรอิสระด้านลักษณะทางประชากร (IV6) ตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (D_METSELE6) ตัวแปรขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (SUMSIZE) ตัวแปรหุ่นคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี (D_OUAINS4) ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง (D_CONVALI3) ตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว (D_VAILD1) ตัวแปรหุ่นชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's alpha (D_ TYPEREL1) ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ (NUMRV) ตัวแปรสถิติ Multiple Regression (TYPEANA5) และ ตัวแปรหุ่นแตกต่างที่ระดับ 0.001 (D_SIGNF4)

ตัวแปรชุดที่ 4 คือ ตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (M_QUALITY)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าตัวแปรคุณลักษณะด้านการพิมพ์ของชุดตัวแปรในโมเดลที่ 1 ตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร สามารถทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ได้ร้อยละ 12.9 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.359 โดยตัวแปรในโมเดลที่ 1 ทั้ง 3 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีพ.ศ. 2552 - 2556 (D_YEAR4) ทางด้านตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรหุ่นตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (D_ACARANK3) และ ตัวแปรจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก (NUMPAGE)

เมื่อเพิ่มชุดของตัวแปรคุณลักษณะด้านเนื้อหาสะระของงานวิจัยจำนวน 7 ตัวแปร เข้าไปในสมการถดถอยโมเดลที่ 2 รวมเป็นมีตัวแปรทั้งหมด 10 ตัวแปรร่วมกัน สามารถทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ได้ร้อยละ 24.3 เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.4 มีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.493 โดยตัวแปรในโมเดลที่ 2 ทั้ง 10 ตัวแปรมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปีพ.ศ. 2552 - 2556 (D_YEAR4) และ ตัวแปรหุ่นตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์(D_ACARANK3) ต่อมาคือ ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (THRORY21) และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ .001 จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรหุ่นรูปแบบการอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี (D_DISCUT1)

ต่อมาเมื่อเพิ่มชุดของตัวแปรคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัยจำนวน 12 ตัวแปร เข้าไปในสมการถดถอยในโมเดลที่ 3 รวมมีตัวแปรทั้งหมด 22 ตัวแปรร่วมกัน โดยสามารถทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ได้ร้อยละ 53.9 เพิ่มขึ้นจากโมเดลที่ 2 ร้อยละ 29.6 และมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.734 โดยตัวแปรในโมเดลที่ 3 ทั้ง 22 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรหุ่นชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's alpha (D_ TYPEREL1) และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 จำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (THRORY21) และตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ (NUMRV)

สุดท้ายเมื่อเพิ่มชุดของตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์จำนวน 1 ตัวแปร เข้าไปในสมการถดถอยในโมเดลที่ 4 รวมมีตัวแปรทั้งหมด 23 ตัวแปรร่วมกัน โดยสามารถทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ได้ร้อยละ 57.0 เพิ่มขึ้นจากโมเดลที่ 3 ร้อยละ 3.10 และมีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ 0.755 โดยตัวแปรในโมเดลที่ 4 ทั้ง 23 ตัวแปร มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง (D_CONVALI3) และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (THRORY21) ตัวแปรหุ่นชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's alpha (D_ TYPEREL1) ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ (NUMRV)และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (M_QUALITY)

ดังนั้น สรุปได้ว่าตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านการพิมพ์ คุณลักษณะด้านเนื้อหาสะระของงานวิจัย และคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย สามารถร่วมทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ได้ร้อยละ 57.0 โดยตัวแปรที่สามารถทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี จำนวน 1 ตัว ได้แก่ ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง (D_CONVALI3) ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.209 ทางด้านตัวแปรที่สามารถทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถติที่ระดับ .001 จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (THRORY21) ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.279 ตัวแปรหุ่นชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's

alpha (D_ TYPEREL1) ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.281 ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ (NUMRV) ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.572 และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (M_QUALITY) ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.250

ต่อมาเมื่อนำมาเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) หรือค่าอิทธิพลทางตรงของตัวแปรทั้งหมด 23 ตัวแปร กับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่าการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสามารถแยกรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะงานวิจัยกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ประเภทตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารระดับปานกลาง และมีค่าอิทธิพลทางตรงปานกลางในแต่ละโมเดล

กลุ่มที่ 2 ประเภทตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารระดับปานกลาง และมีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำในแต่ละโมเดล

กลุ่มที่ 3 ประเภทตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารระดับต่ำ และมีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำในแต่ละโมเดล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ในกลุ่มที่ 1 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร ระดับปานกลาง และมีค่าอิทธิพลทางตรงปานกลางในแต่ละโมเดล พบว่า ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ มีค่าอิทธิพลทางตรงสูงที่สุด และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.661 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ -0.496 แสดงให้เห็นว่าเมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้ว ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือดังกล่าวส่งผลต่อคุณภาพงานวิจัยสูงสุด

ผลการวิเคราะห์ในกลุ่มที่ 2 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร ระดับปานกลาง และมีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำในแต่ละโมเดล พบว่า ตัวแปรหุ่นชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's alpha มีค่าอิทธิพลทางตรงค่อนข้างต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.547 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ -0.241

ผลการวิเคราะห์ในกลุ่มที่ 3 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารระดับต่ำ และมีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำในแต่ละโมเดล พบว่าตัวแปรหุ่นรูปแบบการอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำและมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.188 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ 0.178 และ 0.074 ทางด้านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำและมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.158 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ 0.067 และ -0.073 ถัดมาคือตัวแปรตามด้านการเปิดรับข่าวสาร มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.155 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.072 ในส่วนของตัวแปรตามด้านความพึงพอใจ มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ

และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.151 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ -0.026 และตัวแปรหุ่นแตกต่างที่ระดับ .001 มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.124 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.052

ตัวแปรหุ่นตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.282 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 2 และ 3 เท่ากับ -0.212 -0.181 และ 0.012 ในส่วนของตัวแปรหุ่นคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.276 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.108 ต่อมาคือตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค มีค่าอิทธิพลทางตรงค่อนข้างต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.268 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ -0.214 และ -0.246 ด้านตัวแปรจำนวนสมมติฐาน มีค่าอิทธิพลทางตรงค่อนข้างต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.244 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ -0.142 และ 0.068 ถัดมาคือตัวแปรจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก มีค่าอิทธิพลทางตรงค่อนข้างต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.230 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 2 และ 3 เท่ากับ -0.197 -0.102 และ -0.002 ทางด้านตัวแปรขนาดของกลุ่มตัวอย่าง มีค่าอิทธิพลทางตรงค่อนข้างต่ำ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.229 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.019 และตัวแปรจำนวนตัวแปรอิสระ มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.222 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ -0.055 และ -0.059 ในส่วนของตัวแปรหุ่นการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.211 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.000 อีกทั้งตัวแปรสถิติ Multiple Regression มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.179 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ -0.084

ตัวแปรหุ่นปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยปี พ.ศ. 2552 - 2556 มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.169 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 2 และ 3 เท่ากับ -0.139 -0.164 และ -0.050 ถัดมาคือตัวแปรหุ่นอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.159 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.100 ต่อมาคือตัวแปรจำนวนวัตถุประสงค์ มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.156 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ 0.063 และ 0.095 ทางด้านตัวแปรหุ่นการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

เท่ากับ -0.142 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ -0.104 รวมไปถึงตัวแปรอิสระด้านลักษณะทางประชากร มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.135 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรง เท่ากับ -0.019 และสุดท้ายคือ ตัวแปรประเภทของวัตถุประสงค์เพื่อหาความสัมพันธ์ มีค่าอิทธิพลทางตรงต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -0.098 เมื่อควบคุมตัวแปรอื่น ๆ แล้วมีค่าอิทธิพลทางตรงในโมเดลที่ 1 และ 2 เท่ากับ -0.020 และ 0.064 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16: การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้ว

ตัวแปร	r	โมเดลที่ 1				โมเดลที่ 2				โมเดลที่ 3				โมเดลที่ 4			
		b	SE	β	P-Value	b	SE	β	P-Value	b	SE	β	P-Value	b	SE	β	P-Value
R_MEASURE*	1.000	.736	.061		.000	.779	.082		.000	1.011	.108		.000	-.253	.357		.479
1. D_YEAR4	-.169**	-.131	.062	-.139*	.036	-.155	.062	-.164*	.014	-.047	.054	-.050	.384	-.106	.055	-.112	.053
2. D_ACARANK3	-.282***	-.164	.052	-.212**	.002	-.140	.056	-.181*	.013	.009	.054	.012	.866	.043	.053	.056	.419
3. NUMPAGE	-.230***	-.001	.000	-.197**	.003	-.001	.000	-.102	.157	-9.924E-6	.000	-.002	.977	-9.709E-6	.000	-.002	.977
4. RESOBJ4	-.098					-.017	.055	-.020	.755	.054	.052	.064	.299	.056	.050	.067	.267
5. NUMOBJ	-.156*					.012	.016	.063	.448	.019	.016	.095	.240	.025	.015	.128	.105
6. THEORY13	.158**					.063	.060	.067	.295	-.069	.052	-.073	.188	-.118	.052	-.126	.025
7. THEORY21	-.268***					-.194	.061	-.214**	.002	-.223	.055	-.246***	.000	-.253	.054	-.279***	.000
8. NUMDV	-.222***					-.016	.022	-.055	.466	-.017	.021	-.059	.416	-.029	.021	-.100	.162
9. NUMHYPO	-.244***					-.019	.011	-.142	.079	-.009	.011	-.068	.412	-.014	.011	-.102	.207
10. D_DISCUT1	.188**					.512	.185	.178***	.006	.212	.176	.074	.231	.095	.173	.033	.586
11. DV1	.155*									.083	.064	.072	.199	.081	.062	.070	.196
12. DV5	.151*									-.029	.067	-.026	.668	-.030	.064	-.027	.637
13. IV6	-.135*									-.015	.053	-.019	.781	.010	.052	.013	.842
14. D_METSELE6	-.211***									.000	.058	.000	.999	.001	.057	.002	.982
15. SUMSIZE	-.229***									7.916E-5	.000	.019	.758	.000	.000	.031	.609
16. D_OUAINS4	-.276***									.087	.053	.108	.105	.075	.052	.093	.148
17. D_CONVALI3	-.142*									-.085	.052	-.104	.100	-.171	.055	-.209**	.002
18. D_VAILD1	-.159**									.080	.053	.100	.130	.031	.053	.039	.556
19. D_ TYPEREL1	-.547***									-.236	.087	-.241**	.007	-.275	.084	-.281***	.001
20. NUMRV	-.661***									-.546	.099	-.496***	.000	-.629	.099	-.572***	.000
21. TYPEANA5	-.179**									-.137	.114	-.084	.232	-.158	.111	-.097	.155
22. D_SIGNF4	.124*									.062	.069	.052	.371	.048	.067	.040	.481
23. M_QUALITY	-.250***													.506	.136	.262***	.000
R		0.359				0.493				0.734				0.755			
R^2		0.129				0.243				0.539				0.570			
Adjusted R^2		0.116				0.206				0.487				0.519			
F		10.536***				6.642***				10.371***				11.166***			
P		.000				.000				.000				.000			

P < 0.05 = *, P < 0.01 = **, P < 0.001 = ***

สรุปว่า ตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลทางตรงต่อสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้สูงสุด คือ ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ รองลงมาคือ ตัวแปรชนิดความเที่ยงค่า Cronbach's Alpha ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค และตัวแปรการตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง ตามลำดับ แต่เนื่องจากมีค่าอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทิศทางลบ ทำให้งานวิจัยที่มีค่าความเที่ยงของเครื่องมือต่ำมีแนวโน้มเป็นงานวิจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำกว่างานวิจัยที่มีค่าความเที่ยงของเครื่องมือสูง ด้านงานวิจัยที่เลือกใช้ชนิดความเที่ยง Cronbach's Alpha ในการตรวจสอบเครื่องมือเพียงวิธีเดียว มีแนวโน้มเป็นงานวิจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำกว่างานวิจัยที่มีการเลือกใช้ค่าความเที่ยงอื่น ๆ ด้วยในงานวิจัย

ในส่วนของงานวิจัยที่ใช้เครื่องมือโดยการตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างเพียงอย่างเดียว มีแนวโน้มเป็นงานวิจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำกว่างานวิจัยที่มีการเลือกใช้วิธีการตรวจสอบด้วยวิธีอื่น ๆ ด้วย ซึ่งจากผลวิจัยทำให้ทราบว่าควรใช้การตรวจสอบเครื่องมือทั้งการหาความเที่ยง ความตรงควบคู่กันเพื่อให้ได้ผลงานวิจัยที่มีประสิทธิภาพ และทางด้านงานวิจัยที่เลือกใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว มีแนวโน้มเป็นงานวิจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำกว่างานวิจัยที่เลือกใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้วย

อย่างไรก็ตาม ด้านตัวแปรรูปแบบการอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี ตัวแปรตามด้านการเปิดรับข่าวสาร ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ในทิศทางบวก แสดงว่า งานวิจัยที่เลือกใช้การอภิปรายผลโดยอ้างอิงกับทฤษฎี และเลือกศึกษาตัวแปรตามด้านการเปิดรับข่าวสาร มีแนวโน้มเป็นงานวิจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่างานวิจัยที่ใช้การอภิปรายผลวิจัยแบบอื่นและเลือกใช้ตัวแปรตามด้านอื่น ๆ อีกด้วย

ทั้งนี้ ในส่วนของตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ มีค่าอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทิศทางบวก หมายความว่าวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้แนวโน้มเป็นงานวิจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูง โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.17

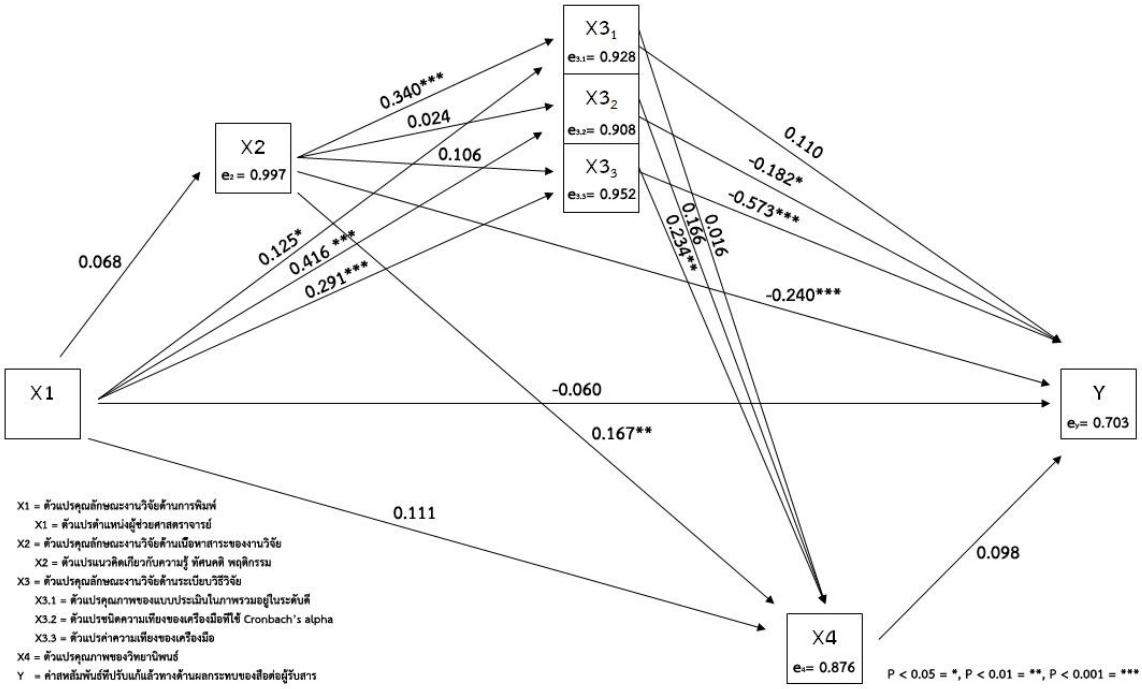
ตารางที่ 4.17: แสดงตัวแปรอิสระที่ใช้อธิบายลักษณะความสัมพันธ์ต่อสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้

ตัวแปร	ค่า r	ค่าอิทธิพลทางตรง (β) ในโมเดล				คำอธิบายลักษณะความสัมพันธ์
		1	2	3	4	
ตัวแปรรูปแบบการอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี	.188**		.178***	.074	.033	ค่อนข้างสูง
ตัวแปรตามด้านการเปิดรับข่าวสาร	.155*			.072	.070	ค่อนข้างสูง
ตัวแปรการตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้าง	-.142*			-.104	-.209**	ต่ำ
ตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์	-.250***				.262***	สูง
ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค	-.268***		-.214**	-.246	-.279***	ต่ำ
ตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's alpha	-.547***			-.241	-.281***	ต่ำ
ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ	-.661***			-.496	-.572***	ต่ำ

P < 0.05 = *, P < 0.01 = **, P < 0.001 = ***

4.5 การวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอย (Regression) และคำนวนค่าอิทธิพล

ภาพที่ 4.4: รูปแบบเส้นทางแสดงความสัมพันธ์และค่าอิทธิพล



1) การคำนวนค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของตัวแปรไปอิสระไปยังตัวแปรตาม ซึ่งในแบบจำลองกำหนดให้ตัวแปรภายในแบบจำลองมีค่าเท่ากับ $\sqrt{1 - R^2_{X1,X2,X3,X4,Y}}$ ซึ่ง $R^2_{X1,X2,X3,X4,Y}$ คือ กำลังสองของสหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปร X กับตัวแปรที่ 1, 2, 3 และ 4 ที่มีอิทธิพลกับ Y ซึ่งจากภาพมีรายละเอียดดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางจาก X1 ไปยัง X2 ซึ่ง e_{x2} เท่ากับ 0.997

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางจาก X1 ไปยัง $X3_1$ ซึ่ง $e_{x3.1}$ เท่ากับ 0.928

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางจาก X1 ไปยัง $X3_2$ ซึ่ง $e_{x3.2}$ เท่ากับ 0.908

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางจาก X1 ไปยัง $X3_3$ ซึ่ง $e_{x3.3}$ เท่ากับ 0.952

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางจาก X1 ไปยัง X4 ซึ่ง e_4 เท่ากับ 0.876

ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางจาก X1 ไปยัง Y ซึ่ง e_Y เท่ากับ 0.703

2) การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลรวม

การวิเคราะห์อิทธิพลรวม (Total Effect = TE) มีค่าเท่ากับ ผลบวกของอิทธิพลทางตรง (Direct Effect = DE) กับอิททธิพลทางอ้อม (Indirect Effect = IE) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2538, หน้า 180) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เส้นทางที่ 1 คือ X1 ⟶ X2 ได้แก่ ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) ไป ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2)

พบว่า ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีค่าอิทธิพลทางตรงต่อ ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.068 โดยไม่ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากตัวแปรอื่นเลย โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18: แสดงค่าอิทธิพลของตัวแปร X1 ถึง X2

Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
0.068	-	0.068

เส้นทางที่ 2 คือ X1, X2 ⟶ $X3_{1-3}$ ได้แก่ ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) ไป ตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) ตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$)

พบว่า ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีค่าอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าเท่ากับ 0.125 ด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีค่าอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าเท่ากับ 0.416 และตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีค่าอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าเท่ากับ 0.291

ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) ถึงตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.023 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.148 ในส่วนของตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) ถึงตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ

0.417 และตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) ถึงตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.298 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19: แสดงค่าอิทธิพลของตัวแปร X1, X2 ถึง $X3_{1-3}$

Direct Effect		Indirect Effect	Total Effect
$X3_1$	0.125	(0.068) (0.340) = 0.023	0.148
$X3_2$	0.416	(0.068) (0.024) = 0.001	0.417
$X3_3$	0.291	(0.068) (0.106) = 0.007	0.298

เส้นทางที่ 3 คือ X1, X2, $X3_{1-3}$ ⟶ X4 ได้แก่ ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) ตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) ตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) ไป ตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4)

พบว่า ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีค่าอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.111

ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) ถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.011

ทั้งนี้ ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) ถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.002 และตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) ถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) มีค่าเท่ากับ 0.0003 โดยมีอิทธิพลรวม มีค่าเท่ากับ 0.124

ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) ถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.069 และตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพล

ทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) ถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) มีค่าเท่ากับ 0.0002 โดยมีอิทธิพลรวม มีค่าเท่ากับ 0.191

ในส่วนของตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) ถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.068 และตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) ถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) มีค่าเท่ากับ 0.001 โดยมีอิทธิพลรวม มีค่าเท่ากับ 0.191 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20: แสดงค่าอิทธิพลของตัวแปร X1, X2, $X3_{1-3}$ ถึง X4

Direct Effect	Indirect Effect		Total Effect
0.111	X1 via X2	(0.068) (0.167) = 0.011	0.124
	X1 via $X3_1$	(0.125) (0.016) = 0.002	
	X1 via X2,$X3_1$	(0.068) (0.340) (0.016)= 0.0003	
	X1 via X2	(0.068) (0.167) = 0.011	0.191
	X1 via $X3_2$	(0.416) (0.166) = 0.069	
	X1 via X2,$X3_2$	(0.068) (0.024) (0.166) = 0.0002	
	X1 via X2	(0.068) (0.167) = 0.011	0.191
	X1 via $X3_3$	(0.291) (0.234) = 0.068	
	X1 via X2,$X3_3$	(0.068) (0.106) (0.234) = 0.001	

เส้นทางที่ 4 คือ X1, X2, $X3_{1-3}$, X4 $\longrightarrow$ Y ได้แก่ ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) ตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) ตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) ตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) ไป ตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y)

พบว่า ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีค่าอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ -0.060

ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) ถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ -0.016

สำหรับตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) ถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ -0.013 ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) ถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าเท่ากับ -0.075 ในส่วนของตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) ถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าเท่ากับ -0.166

ในส่วนของตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) ถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.010

ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) ถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ 0.0025 ทางด้าน ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) ถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ -0.00029 ในส่วนของตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) ถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ -0.0041

ทั้งนี้ ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) ถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ 0.000036 โดยมีอิทธิพลรวม มีค่าเท่ากับ -0.076

ในส่วนของตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) ถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ 0.000026 โดยมีอิทธิพลรวม มีค่าเท่ากับ -0.141

ด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) ถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ 0.00016 มีอิทธิพลรวมเท่ากับ -0.236 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21: แสดงค่าอิทธิพลของตัวแปร X1, X2, $X3_{1-3}$, X4 ถึง Y

Direct Effect	Indirect Effect		Total Effect
-0.060	X1 via X2	(0.068) (-0.240) = -0.016	-0.076
	X1 via $X3_1$	(0.125) (0.110) = -0.013	
	X1 via X4	(0.111) (0.098) = 0.010	
	X1 via X2, $X3_1$	(0.068) (0.340) (0.110) = 0.0025	
	X1 via X2, $X3_1$, X4	(0.068) (0.340) (0.016) (0.098) = 0.000036	
	X1 via X2	(0.068) (-0.240) = -0.016	-0.141
	X1 via $X3_2$	(0.416) (-0.182) = -0.075	
	X1 via X4	(0.111) (0.098) = 0.010	
	X1 via X2, $X3_2$	(0.068) (0.024) (-0.182) = -0.00029	
	X1 via X2, $X3_2$, X4	(0.068) (0.024) (0.166) (0.098) = 0.000026	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.21 (ต่อ): แสดงค่าอิทธิพลของตัวแปร X1, X2, $X3_{1-3}$, X4 ถึง Y

Direct Effect	Indirect Effect		Total Effect
-0.060	X1 via X2	(0.068) (-0.240) = -0.016	-0.236
	X1 via $X3_3$	(0.291) (-0.573) = -0.166	
	X1 via X4	(0.111) (0.098) = 0.010	
	X1 via X2, $X3_3$	(0.068) (0.106) (-0.573) = -0.0041	
	X1 via X2, $X3_3$, X4	(0.068) (0.106) (0.234) (0.098) = 0.00016	

สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.068 โดยไม่ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากตัวแปรอื่นเลย และมีอิทธิพลรวม เท่ากับ 0.068

ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่าเท่ากับ 0.125 มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าเท่ากับ 0.416 และมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีค่าเท่ากับ 0.291 โดยตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) ไปถึงตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.023 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.148 ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) ไปถึงตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.001 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.417 และตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) ไปถึงตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.007 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.298

ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ 0.111 โดยตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของ

ผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) ไปถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) มีค่าเท่ากับ 0.013 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.124 ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) ไปถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) มีค่าเท่ากับ 0.080 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.191 และตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) ไปถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) มีค่าเท่ากับ 0.080 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.191

ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าเท่ากับ -0.060 โดยตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) ไปถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ -0.016 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ -0.076 ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) ไปถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ -0.081 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ -0.141 ในส่วนของตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) ไปถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ -0.176 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ -0.236 โดยรายละเอียดดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22: สรุปค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปร X1, X2, $X3_{1-3}$ และ X4 ถึง Y

		X2	$X3_1$	$X3_2$	$X3_3$	X4			Y		
X1	DE	0.068	0.125	0.416	0.291	0.111			-0.060		
	IE	-	0.023	0.001	0.007	0.013	0.080	0.080	-0.016	-0.081	-0.176
	TE	0.068	0.148	0.417	0.298	0.124	0.191	0.191	-0.076	-0.141	-0.236

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์อภิมานงานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพในครั้งนี้ เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการวิเคราะห์อภิมาน (Meta-Analysis) ที่มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2) เพื่อประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 3) เพื่ออธิบายคุณภาพของวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพด้วยตัวแปรคุณลักษณะงาน 4) เพื่อศึกษาถึงค่าดัชนีมาตรฐานของงานวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และ 5) เพื่ออธิบายความแปรปรวนของผลวิจัยด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ได้จากวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตร์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพในระดับบัณฑิตศึกษา ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารที่มีการเผยแพร่ในปี พ.ศ. 2537 - 2556 และเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ รวมเป็นจำนวนวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่เข้าเกณฑ์ที่จะนำมาสังเคราะห์ทั้งหมด 46 เล่ม โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วย แบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัยระดับเล่ม แบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัยระดับสมมติฐาน และแบบประเมินคุณภาพงานวิจัย ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ความตรงเชิงเนื้อหา และความเที่ยง ด้วยเทคนิคการวัดซ้ำ และอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ตอน ได้แก่ 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ 2) ผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 3) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ใช้อธิบายคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ 4) ผลการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์อภิมาน แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) ผลการแจกแจงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัด (2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two-way ANOVA) และ (3) ผลการวิเคราะห์เพื่ออธิบายความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย (Multiple Regression Analysis) 5) การวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอย (Regression) และการคำนวณค่าอิทธิพล โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท (ข้อมูลระดับเล่ม) 2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง (ข้อมูลระดับเล่ม) 3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท (ข้อมูลระดับสมมติฐาน) และ 4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง (ข้อมูลระดับสมมติฐาน) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท (ข้อมูลระดับเล่ม) โดยจำแนกตามคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านการพิมพ์ คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย และ คุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยด้านการพิมพ์ พบว่า เพศของผู้จัดทำวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์เป็นเพศหญิงมากที่สุด (ร้อยละ 76.1) เป็นวิทยานิพนธ์ที่เผยแพร่ระหว่างปี พ.ศ. 2542 - 2546 มากที่สุด (ร้อยละ 45.7) และผลวิเคราะห์ด้านตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาในงานวิทยานิพนธ์ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (ร้อยละ 43.5)

1.2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย พบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ใช้มากที่สุดคือ เพื่อหาความสัมพันธ์ (ร้อยละ 56.8) ในส่วนของประเภทแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์และการสื่อสารที่นำมาใช้มากที่สุด คือ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (ร้อยละ 10.2) และรูปแบบการอภิปรายผลที่ใช้ในวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้วิธีการอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย (ร้อยละ 73.9)

1.3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยด้านระเบียบวิธีวิจัย พบว่า งานวิทยานิพนธ์ส่วนมากเลือกใช้สมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง (ร้อยละ 80.4) ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนมากที่สุด (ร้อยละ 63.0) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ ใช้แบบสอบถามเป็นจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 84.9) ซึ่งคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมที่พบมากที่สุด คือ มีคุณภาพเครื่องมือในระดับปานกลาง (ร้อยละ 41.3) ทางด้านการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาจากเครื่องมือที่ใช้มากที่สุด คือ การตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษา (ร้อยละ 32.6) และในส่วนของวิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหาพบว่า ใช้วิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบมากที่สุด (ร้อยละ 34.7) การใช้

คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 95.7) ซึ่งประเภทของสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ใช้สถิติบรรยายทุกเล่ม (ร้อยละ 30.8) และใช้สถิติ One-way ANOVA มากที่สุด (ร้อยละ 16.78) และระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลมากที่สุดคือ ไม่ระบุการเก็บข้อมูล (ร้อยละ 52.2) รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน (ร้อยละ 41.3)

2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง (ข้อมูลระดับเล่ม) พบว่า วิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีจำนวนหน้าสูงสุด 410 หน้า และต่ำสุด 74 หน้า มีจำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวกสูงสุด 394 หน้า และต่ำสุด 64 หน้า มีจำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมดที่ใช้ในงานวิทยานิพนธ์ ที่มีจำนวนสูงสุด 323 เล่ม และต่ำสุด 21 เล่ม มีจำนวนวัตถุประสงค์การวิจัยสูงสุด 9 ข้อ และต่ำสุด 2 ข้อ มีจำนวนแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในงานวิทยานิพนธ์สูงสุดจำนวน 8 เล่ม และต่ำสุด 2 เล่ม มีจำนวนตัวแปรอิสระสูงสุดจำนวน 5 ข้อ และต่ำสุด 1 ข้อ ทางด้านจำนวนตัวแปรตามสูงสุดจำนวน 6 ข้อ และต่ำสุด 1 ข้อ มีจำนวนสมมติฐานของงานวิจัยสูงสุดจำนวน 15 ข้อ และต่ำสุด 0 ข้อ ทางด้านขนาดของกลุ่มตัวอย่างรวมสูงสุด 720 คน/เล่ม ต่ำสุด 37 คน/เล่ม ขณะที่จำนวนรวมของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวนสูงสุด 3 เครื่องมือ และต่ำสุด 1 เครื่องมือ มีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสูงสุด คือ 0.96 และต่ำสุด คือ 0.70 โดยเฉลี่ยแล้วค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 0.82 ทางด้านจำนวนวิธีวิเคราะห์ในงานวิทยานิพนธ์ที่มีจำนวนสูงสุด 5 วิธี และต่ำสุด 2 วิธี โดยสามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่เป็นตัวแปรต่อเนื่องทุกตัวมีความแตกต่างกันระหว่างงานวิจัยทั้ง 46 เล่ม โดยลักษณะการกระจายของตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยมีค่าความเบ้ทางบวกแสดงว่าตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยส่วนใหญ่มีค่าต่ำกว่าค่าเฉลี่ย และตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยส่วนใหญ่มีค่าความโด่งเป็นบวกแสดงว่าลักษณะการแจกแจงของตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยมีลักษณะเป็นโค้งสูงมากกว่าปกติ

3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท (ข้อมูลระดับสมมติฐาน) ซึ่งวิทยานิพนธ์ทั้งหมดเลือกเป็นงานประเภทสหสัมพันธ์ พบว่า ตัวแปรตามที่นำมาศึกษาที่เกี่ยวข้องกับด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมากที่สุด คือ คือ ตัวแปรตามทางด้านพฤติกรรม (ร้อยละ 32.7) ประเภทของเครื่องมือที่ใช้วัดตัวแปรตามที่ใช้มากที่สุด คือ แบบสอบถาม (ร้อยละ 99.1) ชนิดความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรตามที่ใช้มากที่สุด คือ Cronbach's Alpha (ร้อยละ 80.8) การตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวัดตัวแปรตามที่ใช้มากที่สุด คือ การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (ร้อยละ 35.2)

ทางด้านตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษาที่เกี่ยวข้องกับด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมากที่สุด คือ ตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะประชากร (ร้อยละ 42.5) ประเภทของเครื่องมือที่ใช้วัดตัวแปรอิสระที่ใช้มากที่สุด คือ แบบสอบถาม (ร้อยละ 99.1) ชนิดความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรอิสระที่ใช้มากที่สุด คือ Cronbach's Alpha (ร้อยละ 80.8) การตรวจสอบความตรงของเครื่องมือวัดตัวแปรอิสระที่ใช้มากที่สุด คือ การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (ร้อยละ 35.2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประเภทสถิติที่ใช้มากที่สุด คือ Pearson (ร้อยละ 27.4) รองลงมา คือ One-Way ANOVA (ร้อยละ 25.1) และสุดท้ายผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ใช้มากที่สุด คือ ไม่แตกต่างที่ระดับ 0.05 (ร้อยละ 37.0)

4) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง (ข้อมูลระดับสมมติฐาน) ซึ่งวิทยานิพนธ์ทั้งหมดเลือกเป็นงานประเภทสหสัมพันธ์ พบว่าวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีจำนวนตัวแปรตามสูงสุด 5 ข้อ และต่ำสุด 1 ข้อ ในส่วนของค่าความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรตามสูงสุด คือ 0.95 ต่ำสุดคือ 0.00 ต่อมามีจำนวนตัวแปรอิสระสูงสุด 11 ข้อ และต่ำสุด 0 ข้อ ทางด้านค่าความเที่ยงของเครื่องมือวัดตัวแปรอิสระสูงสุด คือ 0.96 ต่ำสุดคือ 0.00 และขนาดความสัมพันธ์ของวิทยานิพนธ์โดยเฉลี่ยเท่ากับ 0.29 โดยมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยเท่ากับ 380 และค่า -Prob โดยเฉลี่ย เท่ากับ 0.037

5.1.2 ผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ และผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระดับคุณภาพของงานวิจัยและการออกแบบงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์

ผลการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่นำมาสังเคราะห์ทั้ง 46 เรื่อง พบว่าผลการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (เฉลี่ย 2.78)

ในส่วนผลการประเมินคุณภาพโดยภาพรวมตามความคิดเห็นของผู้วิจัยพบว่า ผลการประเมินโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (เฉลี่ย 2.52) โดยเมื่อแยกพิจารณางานวิทยานิพนธ์ในแต่ละเล่ม พบว่า มีวิทยานิพนธ์จำนวน 2 เรื่อง ที่มีคุณภาพอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 4.3) มีวิทยานิพนธ์จำนวน 21 เรื่อง ที่มีคุณภาพอยู่ในระดับค่อนข้างสูง (ร้อยละ 45.7) มีวิทยานิพนธ์จำนวน 22 เรื่อง ที่มีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 47.8) และมีวิทยานิพนธ์จำนวน 1 เรื่องที่อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ (ร้อยละ 2.2)

2) ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระดับคุณภาพของงานวิจัยและการออกแบบงานวิจัย

ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ พบว่าวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ทั้งหมด 46 เล่ม ส่วนใหญ่มีคุณภาพระดับปานกลาง-ค่อนข้างสูง (ร้อยละ 93.5) เมื่อแยกพิจารณาตามประเด็นที่ศึกษากับคุณภาพของวิทยานิพนธ์ พบว่า ประเภทของสมมติฐานที่มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์มากที่สุด คือ สมมติฐานแบบไม่มีทิศทางมีคุณภาพปานกลาง - ค่อนข้างสูง (ร้อยละ 97.3) ทางด้านคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมของวิทยานิพนธ์ที่มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์มากที่สุด คือ คุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมระดับดี มีคุณภาพปานกลาง - ค่อนข้างสูง (ร้อยละ 94.2) ในส่วนของการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์มากที่สุด คือ การตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษา มีคุณภาพปานกลาง (ร้อยละ 80.0) สุดท้ายคือ ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์มากที่สุด คือ ตำแหน่งอาจารย์/ ดร. มีคุณภาพปานกลาง (ร้อยละ 92.9)

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ใช้อธิบายคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์

ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านการพิมพ์ คุณลักษณะด้านเนื้อหาสะระของงานวิจัย และคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย สามารถร่วมทำนายคุณภาพของงานวิจัยได้ร้อยละ 87.9 โดยตัวแปรที่สามารถทำนายคุณภาพงานวิจัยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรสถิติ Chi-square ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.601 ต่อมาคือ ตัวแปรที่สามารถทำนายคุณภาพงานวิจัยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.484 สุดท้ายคือ ตัวแปรที่สามารถทำนายคุณภาพงานวิจัยได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรจำนวนตัวแปรตาม ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.363 และตัวแปรหุ่นการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างของแบบสอบถาม ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.484

5.1.4 ผลการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์อภิมาน แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ผลการแจกแจงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัด 2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย และ 3) ผลการวิเคราะห์เพื่ออธิบายความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผลการแจกแจงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัด พบว่า ค่าสถิติบรรยายของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัดทั้งหมด 220 ค่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.297 และ 0.469 โดยผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วจะมีค่าสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ก่อนที่ปรับแก้เพียงเล็กน้อย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 0.020 และ 0.026 แสดงว่าผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยทั้งหมด 46 เล่ม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่แตกต่างกันมากนัก ลักษณะการแจกแจงของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ก่อนและหลังปรับแก้ มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -0.340 และ -0.050 มีค่าสูงสุงเท่ากับ 0.96 และ 1.00 ในส่วนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับแก้มีค่าความเบ้ทางบวกเท่ากับ 0.890 และ 0.325 มีค่าความโด่งเป็นลบเท่ากับ -0.142 และ -1.574 แสดงว่าลักษณะการแจกแจงของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ก่อนและหลังปรับแก้มีลักษณะเป็นโค้งแบนกว่าปกติ ในส่วนของการทดสอบการแจงแจงด้วย Kolmogorov-Smirnov test และ Shapiro-Wilk’s test ยืนยันลักษณะการแจกแจงของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ใกล้เคียงโค้งปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และทางด้านการแจกแจงโดยนำเสนอในรูปแผนภูมิต้นและใบ แผนภูมิกล่อง และ Normal Q-Q Plot พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับแก้มีลักษณะการแจกแจงใกล้เคียงกับโค้งปกติ

นอกจากนี้ งานวิจัยทั้ง 46 เรื่องที่นำมาสังเคราะห์เฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่มีขนาดก่อนปรับแก้เท่ากับ 0.297 และหลังปรับแก้เท่ากับ 0.469 อันมีค่าความสัมพันธ์ขนาดสูงในทิศทางบวก จำนวนค่าสหสัมพันธ์ที่มีค่าสูงระหว่าง -0.3 ถึง 0.3 หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีขนาดความสัมพันธ์ปานกลางค่อนข้างต่ำ มีจำนวนทั้งหมด 104 ค่า (47.27%) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีขนาดความสัมพันธ์ปานกลางค่อนข้างสูง อยู่ระหว่าง -0.31 ถึง -0.50 และ 0.31 ถึง 0.50 มีจำนวนทั้งหมด 26 ค่า (11.82%) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีขนาดความสัมพันธ์สูง อยู่ระหว่าง -0.51 ถึง -0.80 และ 0.51 ถึง 0.80 มีจำนวนทั้งหมด 18 ค่า (8.18%) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีขนาดความสัมพันธ์สูงมาก ซึ่งอยู่ระหว่างค่ามากกว่า 0.80 และน้อยกว่า -0.80 มีจำนวนทั้งหมด 72 ค่า (32.73)

2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย พบว่าเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารระหว่างกลุ่มที่ปรับแก้แล้ว จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ผลจากการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านการพิมพ์ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two - Way ANOVA) พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านการพิมพ์ ที่ส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ของงานวิจัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 ตัว ได้แก่ ตัวแปรปีที่ตีพิมพ์งานวิจัยกับตัวแปรตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา (F-test = 2.428 , P-value = 0.027)

ทางด้านผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านเนื้อหาสาระ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two - Way ANOVA) พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัยส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ของงานวิจัยไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 0.01 และ 0.05

และทางด้านการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านระเบียบวิธีวิจัย ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two - Way ANOVA) พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านระเบียบวิธีวิจัย ที่ส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ของงานวิจัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 1 ตัว ได้แก่ ตัวแปรตามที่เลือกใช้ กับตัวแปรคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวม (F-test = 4.103, P-value = 0.004)

3) ผลการวิเคราะห์เพื่ออธิบายความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านการพิมพ์ คุณลักษณะด้านเนื้อหาสะระของงานวิจัย และคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย สามารถร่วมทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ได้ร้อยละ 57.0 โดยตัวแปรที่สามารถทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี จำนวน 1 ตัว ได้แก่ ตัวแปรหุ่นตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง (D_CONVALI3) ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.209 ทางด้านตัวแปรที่สามารถทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว (R_MEASURE) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (THRORY21) ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.279 ตัวแปรหุ่นชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha (D_ TYPEREL1) ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.281 ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ (NUMRV) ซึ่งมีสัมประสิทธิ์

ถดถอยเท่ากับ -0.572 และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (M_QUALITY) ซึ่งมีสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ -0.250

5.1.5 การวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอย (Regression) และคำนวณค่าอิทธิพล พบว่า ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ -0.060 โดยตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ($X3_1$) และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) ไปถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ -0.016 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ -0.076 ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ($X3_2$) และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) ไปถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ -0.081 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ -0.141 ในส่วนของตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ (X1) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค (X2) กับตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ($X3_3$) และตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ (X4) ไปถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร (Y) มีค่าเท่ากับ -0.176 ซึ่งมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ -0.236

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์อภิมานวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ” ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นการอภิปรายผลได้ 4 หัวข้อ ได้แก่ 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ 2) ผลการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 3) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ใช้อธิบายคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ 4) ผลการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์อภิมาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท (ข้อมูลระดับเล่ม) 2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง (ข้อมูลระดับเล่ม) 3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท (ข้อมูลระดับสมมติฐาน) และ 4) ผลการวิเคราะห์

ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง (ข้อมูลระดับสมมติฐาน) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท (ข้อมูลระดับเล่ม)

1.1) จากผลการวิเคราะห์คุณลักษณะด้านการพิมพ์พบว่า เพศที่เลือกทำงานวิจัยมากที่สุดคือ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.1 ทั้งนี้ เนื่องมาจากเพศหญิงมีความตั้งใจและมีความอดทนในการทำงานที่รวมไปถึงการทำงานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์มากกว่าเพศชาย ซึ่งอ้างอิงได้จากบทความศักยภาพของสมองระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย ที่กล่าวไว้ว่า เมื่อต้องเผชิญความเครียดระยะยาวเซลล์ประสาทที่ ฮิปโปแคมปัส (Hippocampus) ในสมองผู้ชายจะถูกทำลาย แต่ไม่เกิดกับสมองผู้หญิง ทำให้ผู้หญิงมีความอดทนต่อปัญหา หรือความเครียดระยะยาวได้ดีกว่าผู้ชาย (ธิรดา สุวัณณะศรี, 2558) ซึ่งจากเหตุผลนี้อาจมีส่วนทำให้เพศหญิงมีความอดทนในการทำวิทยานิพนธ์ในระยะยาวได้ดีกว่าเพศชาย และตัดสินใจเลือกทำวิทยานิพนธ์มากกว่าเพศชาย ทางด้านปีที่เผยแพร่วิทยานิพนธ์ที่มากที่สุด คือ ปี พ.ศ. 2542 - 2546 คิดเป็นร้อยละ 45.7 อาจมีสาเหตุมาจากคนเริ่มให้ความสำคัญกับการสื่อสารมากขึ้น รวมถึงการเกิดความสนใจในหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ เช่น มีการเพิ่มหลักสูตรการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคล (คู่มือการสมัครเรียนของมหาวิทยาลัยกรุงเทพระหว่างปี 1992-1993, 2536) ทำให้มีประเด็นในการเลือกศึกษาเป็นวิทยานิพนธ์เพิ่มมากขึ้นในระหว่างปี พ.ศ. 2542 - 2546 และจนถึงปัจจุบัน ในส่วนของผลวิเคราะห์ด้านตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาในงานวิทยานิพนธ์ที่มีจำนวนมากที่สุด คือ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ คิดเป็นร้อยละ 43.5 เป็นผลมาจากอาจารย์ที่สอนในระดับมหาบัณฑิตจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดวิชาความรู้กับบัณฑิตเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคตได้อย่างเหมาะสม ดังนั้น อาจารย์ผู้สอนในระดับมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยกรุงเทพจึงมีตั้งแต่เป็นอาจารย์ที่จบดุษฎีบัณฑิต และอาจารย์ที่มีตำแหน่งทางวิชาการตั้งแต่ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขึ้นไป โดยอาจารย์ทุกท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้านที่สอนโดยตรงสามารถให้ความรู้และเป็นที่ปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ได้อย่างเต็มที่ทำให้บัณฑิตมีผลงานทางด้านวิชาการได้อย่างสมบูรณ์

1.2) จากผลการวิเคราะห์คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย พบว่างานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ใช้มากที่สุดคือ เพื่อศึกษา คิดเป็นร้อยละ 48.2 เพราะว่างานวิจัยที่นำมาใช้สังเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ มุ่งเน้นศึกษาลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อผลของการสื่อสารที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา เช่น ศึกษาทัศนคติ ศึกษาพฤติกรรม เป็นต้น ในขณะที่วัตถุประสงค์เพื่ออธิบายและวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ยังมีจำนวนน้อย คือ ร้อยละ 6.5 และ ร้อยละ 1.1 เป็นผลมาจากในการสังเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัย

ได้เลือกใช้เพียงงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์เท่านั้น เนื่องจากงานวิจัยเชิงทดลองมีปริมาณน้อย จึงทำให้พบวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายมีอยู่ในปริมาณที่น้อย (ญานิศร สมศิริ, 2555) และคนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยรู้จักการสังเคราะห์งานวิจัยจึงทำให้งานวิทยานิพนธ์ที่เป็นการสังเคราะห์ถูกผลิตออกมาในจำนวนน้อย ในส่วนของประเภทแนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์และการสื่อสารที่นำมาใช้มากที่สุด คือ แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร คิดเป็น ร้อยละ 10.2 รองลงมาคือ แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค/ ผู้รับสาร ร้อยละ 9.1 โดยสะท้อนให้เห็นว่า วิทยานิพนธ์ที่นำมาใช้ในการสังเคราะห์ครั้งนี้ส่วนมากมุ่นเน้นในการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้รับสารในการเปิดรับสื่อในด้านต่าง ๆ ว่าแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งผลที่ได้เป็นไปตามทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารที่ระบุว่า ผู้รับสารแต่ละคนจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารแต่ละบุคคล (Samuel, 1972 อ้างใน สุภวัฒน์ สงวนงาม, 2557) ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าการที่หลายคนเลือกใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเป็นจำนวนมาก เนื่องจากพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ในขั้นต่อไป จึงมีความจำเป็นที่จะศึกษาถึงแนวคิดนี้ก่อนที่จะพัฒนาไปสู่แนวคิดต่อไป และทางด้านรูปแบบการอภิปรายผลที่ใช้ในวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์พบว่า ส่วนใหญ่ใช้วิธีการอภิปรายผลโดยอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย คิดเป็นร้อยละ 73.9 ซึ่งผลวิจัยที่ได้สอดคล้องกับบทความของ วาโร เพ็งสวัสดิ์ (2547) ที่กล่าวว่า “การอภิปรายผลการวิจัยเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ถือเป็นหัวใจของการวิจัย โดยต้องอาศัยหลักการ แนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยต่าง ๆ มาอภิปรายผลการวิจัย หรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจ” ดังนั้นการใช้การอภิปรายผลโดยใช้ทั้งทฤษฎีและงานวิจัยมาประกอบทำให้งานวิทยานิพนธ์ดูน่าเชื่อถือมากขึ้นจึงเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมมากกว่ารูปแบบการอภิปรายผลแบบอื่น ๆ

1.3) จากผลการวิเคราะห์คุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย พบว่า วิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีแบบแผนงานวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ คิดเป็นร้อยละ 97.8 กล่าวคืองานวิจัยเกือบทุกเล่มที่นำมาสังเคราะห์เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ เนื่องจากแบบแผนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารจะเน้นการใช้การวิจัยเชิงสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยการดำเนินการวิจัยไม่มีการสร้างสถานการณ์เพื่อศึกษาผลที่ตามมา แต่เป็นการค้นหาข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่แล้ว (กาญจนา วงษ์สวัสดิ์, 2556) ดังนั้น การที่มีวิทยานิพนธ์จำนวนมากเป็นงานเชิงสำรวจอาจเป็นเพราะเหล่าผู้วิจัยใช้การสำรวจเพื่อหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเด็นที่สนใจเพื่อให้ได้ผลที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในปัจจุบัน ทางด้านผลการวิเคราะห์ทางด้านสมมติฐานของการวิจัย พบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ส่วนใหญ่เป็นสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง คิดเป็น ร้อยละ 80.4 ทั้งนี้เนื่องจากการตั้งสมมติฐานนั้นขึ้นอยู่กับตัวของผู้วิจัยที่สามารถกำหนดได้ว่า สมมติฐานในงานวิจัยนั้นควรเป็นแบบมีทิศทางหรือไม่มีทิศทาง โดยจะดูถึงการมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษามากน้อยเพียงใด ถ้ามีข้อมูลมากพอที่จะยืนยันก็สามารถตั้งแบบมีทิศทางได้

แต่ถ้าข้อมูลไม่พอหรือไม่แน่ใจก็ควรตั้งแบบไม่มีทิศทาง (วรางคณา จันทร์คง, 2556) ดังนั้น ในการตั้งสมมติฐานของวิทยานิพนธ์ที่เลือกนำมาสังเคราะห์ ที่เป็นสมมติฐานแบบไม่มีทิศทาง อาจเป็นเพราะมีความสะดวกในการดำเนินการวิจัย อย่างไรก็ตามก็ต้องขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของผู้วิจัยในการออกแบบงานวิจัย ในส่วนของผลการวิเคราะห์ด้านวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง พบว่า วิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีวิธีการเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างที่มากที่สุด คือ การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - Stage Sampling) คิดเป็นร้อยละ 63.1 อาจเป็นเพราะวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ จำเป็นต้องได้กลุ่มตัวอย่างที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรที่แท้จริงได้ (ปาริชาต สถาปิตานนท์, 2546, หน้า 130) ดังนั้น การใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนสามารถทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรได้ เนื่องจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนมีวิธีการสุ่มให้ได้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ มีความเป็นระบบ และผลที่ได้สามารถนำไปใช้อ้างอิงคุณลักษณะของประชากรทั้งหมดได้

ด้านผลการวิเคราะห์ด้านเครื่องมือที่ใช้ในงานวิทยานิพนธ์พบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีประเภทของเครื่องมือที่ใช้มากที่สุดคือ แบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 84.9 เนื่องจากแบบสอบถามอาจเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้อย่างง่าย สะดวกสบาย และได้ผลที่แท้จริง อีกทั้งยังง่ายต่อการเก็บข้อมูลในระยะเวลาอันสั้น ไม่เหมือนวิธีการเก็บข้อมูลอื่น ๆ ที่ต้องใช้เวลามากและยาวนานกว่า อีกทั้งยังเหมาะกับผู้ที่ไม่เคยทำวิจัยมาก่อน ดังนั้น การเลือกใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ทำวิทยานิพนธ์ และผลการวิเคราะห์ด้านคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีคุณภาพของเครื่องมือในระดับปานกลางจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.3 เป็นผลมาจาก ในการวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในภาพรวมจะมีการแบ่งออกเป็นหลายส่วน เช่น การวิเคราะห์ ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นถ้าค่าที่คำนวณได้มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบทดสอบนั้นมีค่าความเชื่อมั่นสูง (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2541) ซึ่งวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ส่วนมากมีการระบุอย่างครบถ้วน อีกทั้ง ยังต้องดูถึงการตรวจสอบความตรงทั้งภายนอกและภายในของเครื่องมือ ซึ่งจากวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์โดยส่วนมากระบุแค่ค่าความเชื่อมั่นเพียงอย่างเดียวและมีค่าในระดับสูง แต่ไม่ระบุวิธีตรวจสอบความตรง หรือวิธีตรวจสอบเนื้อหา จึงทำให้ผลของคุณภาพในภาพรวมที่ได้อยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของผลการวิเคราะห์ด้านการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ใช้การตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.6 อาจเนื่องมาจากการตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาเป็นวิธีสำคัญในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ที่เน้นการตรวจสอบความครอบคลุมของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และในการตรวจสอบภาษาเพื่อสามารถสื่อสารให้ผู้ตอบคำถามเข้าใจในสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะสื่อได้ง่ายขึ้นและถูกต้องเหมาะสมจึงเป็น

ผลที่ทำให้คนส่วนมากใช้วิธีนี้ในการตรวจสอบความตรงเพราะเป็นวิธีที่ง่ายและได้ผลที่ชัดเจน ทั้งนี้ ยังพบว่าผลการวิเคราะห์ด้านวิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหาพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ใช้วิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.8 เนื่องมาจาก วิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์เป็นวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับงานทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารเท่านั้น ดังนั้นในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในด้านความตรงของเนื้อหาจึงนิยมอาศัยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านมาตรวจสอบเพื่อให้เกิดความแม่นยำ และ ชันเจนยิ่งขึ้น

ผลการวิเคราะห์ด้านการใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีการใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.7 กล่าวคือในการวิเคราะห์ข้อมูลในปัจจุบันการเลือกใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีความสะดวกสบายและได้รับผลการวิเคราะห์ที่ถูกต้อง แม่นยำ ดังนั้นคนจำนวนมากจึงนิยมเลือกใช้คอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลมากกว่าการคำนวณด้วยตัวเอง ทางด้านผลการวิเคราะห์ด้านระยะเวลาในการเก็บข้อมูลพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ส่วนมากไม่ระบุระยะเวลาในการเก็บข้อมูลคิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาคือ ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 1-30 วัน คิดเป็นร้อยละ 41.3 กล่าวได้ว่าระยะเวลาที่คนใช้ในการเก็บข้อมูลอยู่ระหว่าง 1 เดือน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่ไม่น้อยเกินไปที่จะทำการรวบรวมข้อมูลที่สำคัญเพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ในขั้นต่อไป และ ในส่วนของผลการวิเคราะห์ด้านประเภทของการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า งานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีประเภทของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้มากที่สุดคือ สถิติบรรยาย (Descriptive Statistics) คิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาคือ สถิติ One-way ANOVA คิดเป็นร้อยละ 16.8 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่างานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์ส่วนใหญ่มีจุดหมายเพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป โดยเป็นสถิติพื้นฐานที่จำเป็นในการวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปร จึงเป็นผลให้มีคนเลือกใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานเป็นจำนวนมากที่สุด

2) ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง (ข้อมูลระดับเล่ม) พบว่า ค่าเฉลี่ยของเครื่องมือในงานวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ มีค่าความเที่ยง 0.82 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์และการสื่อสารอยู่ในระดับที่มีคุณภาพ เนื่องจากมีค่าอยู่ในระดับตามหลักเกณฑ์ของการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยในด้านความเที่ยงที่ควรมีค่าความเที่ยงเกิน 0.70 จึงจะถือว่าเครื่องมือที่ใช้ในวิทยานิพนธ์อยู่ในเกณฑ์ที่มีคุณภาพ (Conbach, 1990, p. 204) สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรจัดประเภท (ข้อมูลระดับสมมติฐาน) ซึ่งวิทยานิพนธ์ทั้งหมดเลือกเป็นงานประเภทสหสัมพันธ์ พบว่า ตัวแปรตามที่นำมาศึกษาที่เกี่ยวข้องกับด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมากที่สุด คือ คือ ตัวแปรตามทางด้านพฤติกรรม คิดเป็นร้อยละ 32.8 ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยในข้างต้นในส่วนของทฤษฎีที่นำมาสังเคราะห์ ที่กล่าวว่า วิทยานิพนธ์ที่นำมาใช้ในการสังเคราะห์มุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือผู้รับสาร เนื่องจาก ในการศึกษาวิทยานิพนธ์ทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารที่ผ่านมาในอดีตของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรก ๆ ที่มีเปิดสอนสาขาวิชานิเทศศาสตร์ (บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558) โดยส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาถึงผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสาร โดยดูจากพฤติกรรมที่เกิดขึ้นของผู้บริโภคหรือผู้รับสารในประเด็นต่าง ๆ ที่แตกออกไปทางด้านตัวแปรอิสระที่นำมาศึกษาที่เกี่ยวข้องกับด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารมากที่สุด คือ ตัวแปรเกี่ยวกับลักษณะประชากร คิดเป็นร้อยละ 42.5 เนื่องจากที่วิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่เลือกศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือผู้รับสาร จึงทำให้ตัวแปรอิสระที่ศึกษาจำเป็นต้องศึกษาถึงลักษณะประชากรของผู้รับสารว่ามีความแตกต่างอย่างไรและจะส่งผลอย่างไรต่อผู้รับสารอีกด้วย

4) ข้อมูลพื้นฐานคุณลักษณะงานวิจัยของวิทยานิพนธ์ด้านตัวแปรต่อเนื่อง (ข้อมูลระดับสมมติฐาน) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยเฉลี่ยเท่ากับ 380 เนื่องจากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างต้องอาศัยสถิติเข้ามาช่วยในการกำหนด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2542) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร และสามารถอ้างอิงไปยังประชากรอย่างน่าเชื่อถือ อีกทั้งเมื่อได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมของข้อมูล ซึ่งหมายถึงการได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มากพอก็ทำให้ผลงานวิจัยนั้นมีคุณค่าสามารถนำผลไปใช้ได้ต่อไป

5.2.2 ผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์ และผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระดับคุณภาพของงานวิจัยและการออกแบบงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผลการประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์

จากผลการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่นำมาสังเคราะห์ทั้งหมด 46 เรื่อง พบว่าผลการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับระดับค่อนข้างสูง (เฉลี่ย 2.78) โดยสะท้อนให้เห็นว่า วิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์เป็นงานที่มีคุณภาพ ทำให้ไม่เกิดปัญหาในประเด็นของการนำวิทยานิพนธ์ที่ไม่มีคุณภาพมาทำการสังเคราะห์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บอเรนสไตน์, เฮดเจส, ฮิกกินส์ และโรเซนทาวล์ (Borenstein, Hedges, Higgins & Rothstein, 2009) ที่ว่า “ปัญหาของการสังเคราะห์งานวิจัยโดยวิธีการวิเคราะห์อภิมาน คือการนำงานวิจัยที่ไม่มีคุณภาพมาทำการสังเคราะห์ และอาจทำให้ผลวิจัยที่ได้ไม่มีคุณภาพไปด้วย” ดังนั้น เมื่อพิจารณาในประเด็นต่าง ๆ มีคุณภาพในระดับสูงไป

จนถึงประเด็นที่มีคุณภาพระดับค่อนข้างสูง พบว่า วิทยานิพนธ์โดยส่วนมากมีการทำตามขั้นตอนและระเบียบวิธีวิจัยอย่างถูกต้อง โดยอ้างอิงจากวิทยานิพนธ์ที่ตีพิมพ์ หรือจากงานวิจัยต่าง ๆ รวมถึงต้องผ่านการตรวจสอบของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลให้วิทยานิพนธ์ส่วนมากมีคุณภาพในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งในอนาคตผู้วิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการทำวิทยานิพนธ์ได้

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณารายละเอียดในประเด็นของการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับปานกลางไปจนถึงประเด็นที่มีคุณภาพค่อนข้างต่ำ ก็ยังมีประเด็นที่ต้องให้ความสนใจอีก 10 ประเด็นที่ควรได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น ดังนี้

ประเด็นของการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับปานกลาง มี 5 ประเด็น ได้แก่ การนิยามศัพท์เฉพาะมีความชัดเจน การเขียนข้อจำกัดของงานวิจัยถูกต้องชัดเจนตามหลักการวิจัย เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและต่างประเทศมีสัดส่วนเหมาะสม การออกแบบการวิจัยสอดคล้องกับปัญหาการวิจัย และ เป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ

จากผลการสังเคราะห์ที่ได้อยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นผลมาจากงานวิจัยโดยส่วนมากมีการนิยามศัพท์เฉพาะแค่ทางทฤษฎีเท่านั้น แต่มักไม่นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ทำงานวิจัย ทางด้านประเด็นการเขียนข้อจำกัดของงานวิจัยถูกต้องชัดเจนตามหลักการวิจัย โดยวิทยานิพนธ์ส่วนมากมีการเขียนข้อจำกัดของงานวิจัยเพียงแค่ระบุข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นเท่านั้น แต่ไม่มีการอธิบายถึงผลที่เกิดขึ้น และไม่มีการให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขในอนาคต ในส่วนของประเด็นเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและต่างประเทศมีสัดส่วนเหมาะสม ที่มีคุณภาพในระดับปานกลางอาจเป็นเพราะวิทยานิพนธ์ส่วนมากเลือกใช้การอ้างอิงจากเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นภาษาไทยเท่านั้น หรือมีเอกสารอ้างอิงของต่างประเทศเป็นจำนวนน้อย ทางด้านประเด็นการออกแบบการวิจัยสอดคล้องกับปัญหาการวิจัย ในประเด็นนี้วิทยานิพนธ์โดยส่วนมากออกแบบงานวิจัยที่ตรงกับปัญหาของวิจัย แต่ได้ผลออกมามีความตรงภายในหรือความตรงภายนอกเพียงแค่อย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น ซึ่งงานวิจัยควรมีทั้งความตรงภายในและความตรงภายนอกเพื่อให้ได้ผลที่น่าเชื่อถือสามารถอ้างอิงไปยังประชากรได้ และประเด็นสุดท้ายที่มีคุณภาพปานกลางคือ เป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ คือวิทยานิพนธ์โดยส่วนมากที่ทำจะเน้นเป็นงานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับกลุ่มบุคคล และหน่วยงาน เป็นส่วนมาก ทำให้คุณภาพที่ได้อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

นอกจากนั้นเป็นผลการประเมินคุณภาพงานวิจัยของงานวิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ มี 5 ประเด็น ได้แก่ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีความทันสมัยและเชื่อมโยงกับงานวิจัยในอดีต กล่าวคือ เอกสารอ้างอิงที่เกี่ยวข้องมีความทันสมัยมีคุณภาพอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ/น้อย เนื่องจากโดยส่วนมากจะใช้เอกสารอ้างอิงที่มีอายุของงานเกิน 5 ปี ซึ่งเป็นงานที่ไม่ทันสมัย และ

มีความเก่า ซึ่งเมื่อนำมาอ้างอิงมาก ๆ ทำให้ผลที่ได้มีความล้าหลัง ไม่ทันสมัย เป็นต้น ทางด้านเหตุผลและความจำเป็นในการทำวิจัยมีความสมเหตุสมผล ในส่วนนี้วิทยานิพนธ์ส่วนใหญ่ บอกถึงเหตุผลและความจำเป็นแค่เพียงเป็นประเด็นที่น่าสน และยังไม่เคยมีใครทำมาก่อนเท่านั้น ไม่ค่อยเลือกประเด็นที่เป็นองค์ความรู้ใหม่หรือประเด็นที่เป็นหัญหาเร่วด่วนมาให้การเป็นหัวข้อทำวิจัย ในส่วนของประเด็นการกำหนดขอบเขตของการวิจัยได้อย่างเหมาะสมและมีเหตุผลรองรับ วิทยานิพนธ์ส่วนมากจะระบุขอบเขตเพียง 1 ถึง 2 ส่วนเท่านั้น คือระบุแค่กรอบความคิดตามทฤษฎีและระบุตัวแปรในการวิจัย แต่ไม่มีการอธิบายเหตุผลตัวแปรที่ไม่ครบตามกรอบความคิด และไม่มีการระบุว่าผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์ได้ตามกรอบทฤษฎี ทางด้านประเด็นเรื่องเป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางวิชาการได้ โดยส่วนมากวิทยานิพนธ์จะมีประโยชน์กับตัวผู้วิจัย และมีการประยุกต์ทฤษฎีเพื่อนำไปใช้เท่านั้น แต่ไม่ค่อยมีประโยชน์ทางด้านวิชาการในระดับที่ได้องค์ความรู้ใหม่ ไม่มีผลวิจัยที่สามารถปรับปรุงทฤษฎี แนวคิด เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป และประเด็นสุดท้ายที่มีคุณภาพค่อยข้างต่ำที่สุด คือ ข้อตกลงเบื้องต้นของงานวิจัยเหมาะสมและมีเหตุผลรองรับ วิทยานิพนธ์ส่วนมากไม่มีการกำหนดข้อตกลงเบื้องต้น หรือบางเล่มระบุแต่ไม่มีเหตุผลมารองรับ ทำให้ในประเด็นนี้ผลการสังเคราะห์จึงอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์ประเด็นที่ทำให้คุณภาพของวิทยานิพนธ์ที่อยู่ในระดับปานกลางไปจนถึงประเด็นที่มีคุณภาพค่อนข้างต่ำ สามารถสรุปได้ว่า ผู้วิจัยโดยส่วนมากได้จัดทำวิทยานิพนธ์ตามกระบวนการวิจัยโดยอิงตามกรอบระเบียบวิธีการวิจัยที่ทางมหาวิทยาลัยกำหนด ซึ่งเมื่อมีการกำหนดให้ในแต่ละบทของวิทยานิพนธ์ต้องมีรายละเอียดอย่างไรบ้าง ทำให้ข้อมูลในส่วนที่ระบุไว้มีครบถ้วน แต่ปัญหาของวิทยานิพนธ์ที่เกิดขึ้น คือผู้วิจัยขาดทักษะในการเขียนงานวิจัย และการหาข้อมูล ทำให้คุณภาพของวิทยานิพนธ์ขึ้นอยู่กับการเขียน การอธิบาย และการให้รายละเอียดในประเด็นต่าง ๆ ของผู้วิจัย ซึ่งความแตกต่างนี้เป็นไปตามความสามารถของผู้วิจัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมจิตร์ แก้วมณี (2551, หน้า 155) ที่ว่าปัญหาในการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิต ทางด้านความรู้ความสามารถทางวิชาการของผู้วิจัย พบว่าผู้วิจัยขาดทักษะการเขียนและการวิเคราะห์ข้อมูล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงธรรม ธีระกุล (2547, หน้า 55) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำวิทยานิพนธ์ พบว่า ปัญหาของผู้วิจัยที่ทำให้ทำวิทยานิพนธ์ไม่สำเร็จ คือผู้วิจัยขาดทักษะความรู้ด้านการเขียน หลักภาษาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขาดการสืบค้นข้อมูล ไม่มีความละเอียดรอบคอบ ไม่รู้จักคิด วิเคราะห์ สังเคราะห์ และไม่นำเอาความรู้มาปรับใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ เป็นต้น

2) ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ระดับคุณภาพของงานวิจัยและการออกแบบงานวิจัย

ผลการวิเคราะห์ตารางไขว้ พบว่าวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ทั้งหมด 46 เล่ม ส่วนใหญ่มีคุณภาพระดับปานกลาง-ค่อนข้างสูง (ร้อยละ 93.5) เมื่อแยกพิจารณาตามประเด็นที่ศึกษากับคุณภาพของวิทยานิพนธ์ พบว่า ประเภทของสมมติฐานที่มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์มากที่สุด คือ สมมติฐานแบบไม่มีทิศทางที่มีคุณภาพปานกลาง - ค่อนข้างสูง (ร้อยละ 97.3) เนื่องจากการกำหนดสมมติฐานไม่ใช่สิ่งที่ผู้วิจัยคิดขึ้นเอง แต่เป็นผลจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียด จนเห็นแนวทางการเขียนสมมติฐานขึ้นมา ซึ่งถ้ามีข้อมูลมากพอที่จะยืนยันสมมติฐานได้ก็สามารถตั้งแบบมีทิศทางได้ แต่ถ้าข้อมูลไม่พอหรือไม่แน่ใจก็ควรตั้งแบบไม่มีทิศทาง (วรางคณา จันทร์คง, 2556) ดังนั้น การตั้งสมมติฐานเป็นแบบไม่มีทิศทางจึงมีคนเลือกใช้เป็นจำนวนมากและมีคุณภาพที่ยอมรับได้ในระดับค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตามการไม่ระบุสมมติฐานที่ก็มีคุณภาพในระดับสูง อาจเป็นเพราะเป็นงานวิจัยที่ไม่มีการทดสอบทฤษฎี หรือเป็นเป็นงานวิจัยที่ไม่จำเป็นต้องตั้งสมมติฐานไว้ล่วงหน้า เพราะหากมีการกำหนดสมมติฐานล่วงหน้า ผู้วิจัยจะมุ่งเก็บข้อมูลเฉพาะที่ตนสนใจเท่านั้น (วีรพงษ์ พวงเล็ก, 2552)

ทางด้านคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมของวิทยานิพนธ์ที่มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์มากที่สุด คือ คุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมระดับดี มีคุณภาพปานกลาง - ค่อนข้างสูง (ร้อยละ 94.2) ซึ่งจากที่กล่าวในข้างต้น คือวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ส่วนมากมีการระบุ การวิเคราะห์ ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ความเที่ยงตรง (Validity) อย่างครบถ้วนทำให้ค่าคุณภาพของวิจัยอยู่ในระดับปานกลางจนถึงระดับค่อนข้างสูง และในส่วนของการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์มากที่สุด คือ การตรวจสอบเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษา มีคุณภาพปานกลาง (ร้อยละ 80.0) ซึ่งการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทางด้านเนื้อหาที่ใช้ในการทำวิจัยมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากความเที่ยงตรงของเครื่องมือที่สร้างขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลต่อการทำนายผลของการวิจัยในอนาคตได้ (ภัทรธิรา ผลงาม, 2543) เป็นต้น ดังนั้น การใช้การตรวจสอบเนื้อหาทางด้านเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาจึงเป็นมาตรฐานในการทำวิจัย เพื่อให้ได้ผลวิจัยที่น่าเชื่อถือและมีความเที่ยงตรง สุดท้ายคือ ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีความสัมพันธ์กับระดับคุณภาพของวิทยานิพนธ์มากที่สุด คือ ตำแหน่งอาจารย์/ ดร. มีคุณภาพปานกลาง (ร้อยละ 92.9) เนื่องจาก อาจารย์ที่สอนในระดับมหาบัณฑิตมีความจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถ ซึ่งในอดีตทางมหาวิทยาลัยอาจมีบุคลากรยังไม่มากเพียงพอจึงเป็นผลให้งานวิจัยส่วนมากมีคุณภาพในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตามจากผลวิจัยที่ได้ยังพบว่า ยิ่งถ้าอาจารย์มีประสบการณ์ในการทำงานมาก มีตำแหน่งวิชาการที่สูงขึ้น ยิ่งส่งผลต่อคุณภาพของวิทยานิพนธ์อีกด้วย

5.2.3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ใช้อธิบายคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณระหว่างตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่ใช้อธิบายคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณภาพงานวิจัยสูงสุด คือ ตัวแปรการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้าง รองลงมา คือ ตัวแปรการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ Multiple Regressions และถัดมาคือ ตัวแปรวิธีการตรวจสอบความตรงของเนื้อหาโดยอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพียงคนเดียว แสดงให้เห็นว่า วิทยานิพนธ์ที่มีการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และตรวจสอบโครงสร้างของเครื่องมือมีใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงการมีอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำและตรวจสอบเครื่องมือก่อนนำไปใช้ มีแนวโน้มทำให้วิทยานิพนธ์มีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเรียง ขจรศิลป์ (2541, หน้า 5) ที่ว่า ผู้วิจัยต้องเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และประเภทของตัวแปร อีกทั้งเครื่องมือที่สร้างขึ้นนั้นควรผ่านการตรวจสอบคุณภาพก่อนนำไปใช้ ซึ่งในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่สำคัญคือ การตรวจสอบคุณภาพในแง่ของความตรง วิธีในการตรวจสอบคุณภาพ และการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงในภาพรวมทั้งหมด โดยถ้าขาดส่วนเหล่านี้ไปทำให้เครื่องมือขาดคุณภาพส่งผลต่อคุณภาพของงานวิจัย

ในส่วนของการเลือกใช้สถิติการทำนาย Multiple Regressions ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีแนวโน้มทำให้งานวิจัยมีค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่าใช้สถิติพื้นฐานอื่น ๆ อาจเป็นเพราะวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์เลือกใช้สถิติที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เนื่องจากงานวิจัยที่ดีมีคุณภาพนั้นไม่ได้หมายความว่าต้องเป็นงานวิจัยที่ใช้สถิติชั้นสูงที่มีความสลับซับซ้อนเท่านั้น แต่จำเป็นต้องใช้สถิติได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม (ภัทรธิรา ผลงาม, 2543) ดังนั้น ในการเลือกสถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลจำเป็นต้องเลือกให้มีความเหมาะสมและผ่านข้อตกลงเบื้องต้นในแต่ละสถิติที่กำหนดทำให้ได้ผลวิจัยที่ได้มีคุณภาพและมีความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

5.2.4 ผลการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์อภิมาน แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) ผลการแจกแจงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัด (2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย และ (3) ผลการวิเคราะห์เพื่ออธิบายความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ผลการสังเคราะห์สรุปผลการวิจัยในรูปสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัดโดยการนำเสนอสถิติบรรยาย พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนและหลังการปรับแก้

ความคลาดเคลื่อนในการวัดทั้งหมด 220 ค่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.297 และ 0.469 ตามลำดับ และทางด้านการแจกแจงโดยนำเสนอพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ก่อนและหลังการปรับแก้มีลักษณะการแจกแจงใกล้เคียงกับโค้งปกติ ทั้งนี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้ว มีค่าสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารก่อนที่ปรับแก้เพียงเล็กน้อย แสดงให้เห็นว่าการปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัดตามแนวทางของฮันเตอร์ สามารถทำให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ นงลักษณ์ วิรัชชัย (2552) ที่กล่าวว่า เมื่อปรับแก้ความคลาดเคลื่อนในการวัดตามแนวทางของฮันเตอร์ ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยทั้งหมด 220 ค่า มีความแตกต่างกันค่อนข้างสูง การนำเสนอผลการวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไปจึงเป็นการตรวจสอบตัวแปรที่มีอิทธิพลที่ทำให้เกิดความแตกต่างในสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร

2) ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้วตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย พบว่าเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารระหว่างกลุ่มที่ปรับแก้แล้ว จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลจากการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านการพิมพ์ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two - Way ANOVA) พบว่า ตัวแปรปีที่ตีพิมพ์งานวิจัย กับตัวแปรตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ของงานวิจัยแตกต่างกัน สะท้อนให้เห็นว่าในแต่ปีการศึกษามีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้หลักสูตรมีความทันสมัยตอบรับประเด็นทางการสื่อสารที่พัฒนาขึ้นตอนรับกระแสโลกาภิวัตน์ของโลก ทำให้ในแต่ละปีการศึกษาจึงมีประเด็นในการทำวิทยานิพนธ์ด้านการสื่อสารเพิ่มขึ้นและแตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ยังรวมไปถึงอาจารย์ผู้สอนในระดับมหาบัณฑิตที่มีการพัฒนาด้านประสบการณ์และทักษะการสอนมากขึ้น ซึ่งเริ่มจากการเป็นอาจารย์/ ดร.ก่อนและพัฒนาไปจนมีตำแหน่งทางวิชาการที่สูงขึ้นในแต่ละปี ด้วยเหตุผลเหล่านี้อาจเป็นผลที่ทำให้ในตัวแปรทั้ง 2 ประเภทนี้ส่งผลทำให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารแตกต่างกันก็เป็นได้ ซึ่งจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญานิศร สมศิริ (2555, หน้า 165) ที่ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อภิมานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสื่อสาร พบว่าตัวแปรทางด้านปีที่ทำงานวิจัยเสร็จที่แตกต่างกันส่งผลต่อค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ด้านการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการสื่อสาร เนื่องจากในแต่ละปีมีการขยายและสร้างองค์ความรู้ทางการสื่อสารเพิ่มขึ้น

อย่างต่อเนื่องทำให้มีการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสารเพิ่มขึ้นส่งผลให้ผลวิจัยที่ได้มีความแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับประเด็นด้านการพัฒนาบุคคลากรของมหาวิทยาลัยกรุงเทพที่เน้นให้มีการพัฒนาบุคลากรและคณาจารย์ที่เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน เนื่องจากการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษาต้องการผู้เชี่ยวชาญและชำนาญบางด้านทฤษฎีและการปฏิบัติในแต่ละสาขา จึงจำเป็นต้องพัฒนาและเพิ่มทักษะด้านการสอนให้กับคณาจารย์เพื่อสามารถนำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดให้แก่นักศึกษา (พีธะกัญญ์ สุขโพธารมณ์, 2558) ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงทางด้านการสื่อสาร และการพัฒนาความสามารถของอาจารย์ผู้สอนให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อความแตกต่างทางด้านผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสารในงานวิทยานิพนธ์

ทางด้านผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านเนื้อหาสาระ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two - Way ANOVA) ไม่พบว่ามีตัวแปรใดที่มีอิทธิพลที่ทำให้เกิดความแตกต่างในสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร

และทางด้านการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้จำแนกตามตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยด้านระเบียบวิธีวิจัย ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two - Way ANOVA) พบว่า ตัวแปรตามที่เลือกใช้กับตัวแปรคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวม ส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ของงานวิจัยแตกต่างกัน โดยจะเห็นว่า การกำหนดตัวแปรและการสร้างเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพส่งผลทำให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารแตกต่างกันก็เป็นได้ เนื่องจากในการสร้างเครื่องมือซึ่งจากการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ทั้งหมดพบว่าเป็นแบบสอบถาม จำเป็นต้องมีการกำหนดตัวแปรที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีให้เข้ากับแนวความคิดของผู้วิจัยเองและต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เพื่อสามารถทำการตั้งสมมติฐานได้ต่อไป ดังนั้น การกำหนดตัวแปรจึงเป็นเรื่องที่สำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับการทำวิจัย เพื่อเป็นการกำหนดขอบเขตให้ชัดเจนถึงประเด็นที่จะทำการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยต้องกำหนดออกมาในรูปของตัวแปรที่สามารถวัดและสังเกตได้ก่อนนำไปสู่การกำหนดเป็นเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล (วรางคณา จันทร์คง, 2556) ซึ่งผลที่ได้จะสอดคล้องกับแนวคิดของ วีรพงษ์ พวงเล็ก (2552, หน้า 40) ที่กล่าวว่า เมื่อมีการกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแล้ว จึงมีการตั้งสมมติฐานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล และหาข้อสรุปของปัญหาได้อย่างถูกต้องครบถ้วน อย่างไรก็ตาม การสร้างเครื่องมือหรือแบบสอบถามที่ดีและมีประสิทธิภาพ เพื่อสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจำเป็นต้องมีคุณภาพและมีความสมบูรณ์ โดยผ่านการตรวจสอบทั้งความเที่ยงและความตรงก่อนอีกด้วย ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับแนวคิดของ บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2549, หน้า 457) ที่กล่าวว่า เครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยที่ดีต้องมีลักษณะความเชื่อมั่นหรือมีความเที่ยงตรง โดยผู้วิจัยจำเป็นต้องมีการตรวจสอบก่อนนำเครื่องมือไปใช้เสมอ ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรตามที่เลือกใช้ กับตัวแปรคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวม ส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ของงานวิจัยแตกต่างกัน เนื่องจากทั้ง 2 ตัวแปร มีความเกี่ยวข้องกันทางอ้อมผ่านตัวแปรอื่น ๆ ซึ่งการกำหนดตัวแปรที่เหมาะสมทำให้มีการกำหนดสมมติฐานขึ้นมาได้ และส่งผลต่อการออกแบบและการสร้างเครื่องมือที่ดี เมื่อสร้างเครื่องมือออกมาแล้ว ควรมีการตรวจสอบเครื่องมือเพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีคุณภาพสามารถนำไปใช้และได้ผลที่ต้องการศึกษาได้จริง จะเห็นได้ว่าตัวแปรก็เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างคุณภาพของเครื่องมือ ทั้งนี้จึงอาจเป็นผลที่ทำให้ตัวแปรทั้ง 2 ตัว มีอิทธิพลต่อความแตกต่างทางด้านผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสารในงานวิทยานิพนธ์

3) ผลการวิเคราะห์เพื่ออธิบายความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ด้วยตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัย พบว่า ตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลทางตรงต่อสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้สูงสุด คือ ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ รองลงมาคือ ตัวแปรชนิดความเที่ยงค่า Cronbach's Alpha ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค และตัวแปรการตรวจสอบเนื้อหาความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้าง ตามลำดับ แต่เนื่องจากมีค่าอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทิศทางลบ ทำให้สรุปได้ว่างานวิจัยที่มีค่าความเที่ยงของเครื่องมือต่ำ มีแนวโน้มเป็นงานวิจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารต่ำกว่างานวิจัยที่มีค่าความเที่ยงของเครื่องมือสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญานิศร สมศิริ (2555, หน้า 168) เรื่องการวิเคราะห์อภิมานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสาร พบว่า ค่าความเที่ยงของเครื่องมือวิจัยมีอิทธิพลทางตรงต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสมันพันธ์ทางด้านการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการสื่อสาร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญเรียง ขจรศิลป์ (2541, หน้า 5) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องทำวิจัยอย่างไรให้มีคุณภาพ: ความคลาดเคลื่อนในการทำงานวิจัยทางการศึกษา ที่พบว่า ความคลาดเคลื่อนในการทำวิจัยอย่างหนึ่งคือการที่ผู้วิจัยไม่มีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ทั้งนี้ งานวิจัยที่เลือกใช้ชนิดความเที่ยง Cronbach's Alpha ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมีแนวโน้มเป็นงานวิจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารต่ำกว่างานวิจัยที่มีเลือกใช้ค่าความเที่ยงอื่น ๆ ด้วยในงานวิจัย เนื่องจากในการตรวจสอบคุณภาพของงานวิจัยยังมีอีกหลายวิธีที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพ การเลือกใช้แค่ค่าความเที่ยง Cronbach's Alpha เพียงอย่างเดียว อาจไม่เพียงพอต่อความน่าเชื่อถือ ซึ่งชนิดความเที่ยงที่ใช้ตรวจสอบยังมีอีกหลายชนิด เช่น วิธีการทดสอบซ้ำ (Test Retest Method) วิธีใช้แบบทดสอบคู่ขนาน (Parallel - Forms Method) การแบ่งครึ่งแบบทดสอบ (Split - Half Method) วิธีวัดความคงที่ภายในแบบทดสอบ (Internal - Consistency Method) เป็นต้น ซึ่ง

การจะเลือกใช้ความเที่ยงอะไรก็ควรดูรายละเอียดความเหมาะสมของเครื่องมือที่ใช้ (บรรดล สุขปิติ, 2544)

การที่งานวิจัยที่เลือกใช้ชนิดความเที่ยง Cronbach's Alpha มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารในระดับต่ำกว่าตัวแปรอื่น อาจเป็นเพราะผู้วิจัยเลือกชนิดความเที่ยงมาใช้อย่างไม่เหมาะสมกับเครื่องคือ ทำให้ผลวิจัยที่ได้ออกมาอยู่ในระดับต่ำก็เป็นได้ ทั้งนี้ ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนอกจากการหาความเที่ยงของเครื่องมือแล้ว ยังมีความจำเป็นที่ต้องหาความตรงของเครื่องมืออีกด้วย และจากผลวิจัยถ้ามีการหาแค่ความเที่ยงหรือความตรงเพียงอย่างเดียวก็จะทำให้ได้ผลวิจัยที่ไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับการสร้างเครื่องมือ โดยมีการตรวจสอบทั้งค่าความเที่ยงของเครื่องมือและใช้การตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษา และโครงสร้างเพื่อตรวจสอบความตรงของเครื่องมือเพื่อให้ได้เครื่องมือที่ดีสามารถรวบรวมข้อมูลที่ตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ สำหรับงานวิจัยที่เลือกใช้ทฤษฎีหรือแนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค มีแนวโน้มเป็นงานวิจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารต่ำกว่างานวิจัยที่เลือกใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ อาจเนื่องมากจากในปัจจุบันมีแนวคิดที่เกี่ยวขึ้นมาให้และพัฒนาขึ้นอีกมากมายที่สอดคล้องกับหัวข้อวิทยานิพนธ์ การที่ผู้วิจัยเลือกใช้เพียงแต่แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภคมาอ้างอิงเพียงอย่างเดียวมาใช้ อาจเป็นข้อการจำกัดในการสร้างกรอบในการวิจัย ทำให้ได้ผลวิจัยที่คล้ายแบบที่เคยมีมาแล้ว

ทางด้านตัวแปรรูปแบบการอภิปรายผลโดยอิงกับทฤษฎี และตัวแปรตามด้านการเปิดรับข่าวสาร และตัวแปรการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานแตกต่างที่ระดับ 0.001 มีอิทธิพลทางตรงต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารในทิศทางบวก แสดงว่างานวิจัยที่เลือกใช้การอภิปรายผลโดยอ้างอิงกับทฤษฎี มีแนวโน้มเป็นงานวิจัยที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารสูงกว่างานวิจัยที่ใช้การอภิปรายผลวิจัยแบบอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ วาโร เพ็งสวัสดิ์ (2547, หน้า 74) ที่กล่าวว่า การอภิปรายผลคือการแปลผลข้อค้นพบจากการวิจัยในลักษณะตีความและประเมินผล เพื่อยืนยันความสอดคล้องหรือแตกต่างระหว่างข้อค้นพบกันสมมติฐาน โดยเชื่อมโยงผลที่ได้ผ่านกรอบแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบความสอดคล้องหรือขัดแย้งกันอย่างไร ซึ่งเหตุผลดังกล่าวอาจมีส่วนให้ผู้วิจัยจำนวนมากเลือกใช้การอภิปรายผลแบบอ้างอิงกับทฤษฎี เพื่อเป็นการอธิบายผลกับกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยผลที่ได้จะมีความน่าเชื่อถือกว่าการอภิปรายผลแบบไม่ใช้การอ้างอิงจากทฤษฎี ในส่วนของตัวแปรตามด้านการเปิดรับข่าวสาร มีอิทธิพลทางตรงต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารในทิศทางบวก สะท้อนให้เห็นว่าการสังเคราะห์งานวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้รับสารทางด้านการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของ ญานิศร สมศิริ (2555, หน้า 161) ที่พบว่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารโดยส่วนใหญ่มุ่งเน้นศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้รับสาร เนื่องจากแต่ละบุคคลจะมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามกระบวนการเลือกสรรของบุคคล โดยเหตุผลนี้อาจมีส่วนทำให้ตัวแปรตามด้านการเปิดรับข่าวสาร มีอิทธิพลทางตรงต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารในทิศทางบวก เนื่องจากการสังเคราะห์ครั้งนี้เน้นการศึกษาถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้บริโภค ทำให้ตัวแปรด้านการเปิดรับข่าวสารมีความสำคัญอย่างมากที่จะทำให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้รับสาร

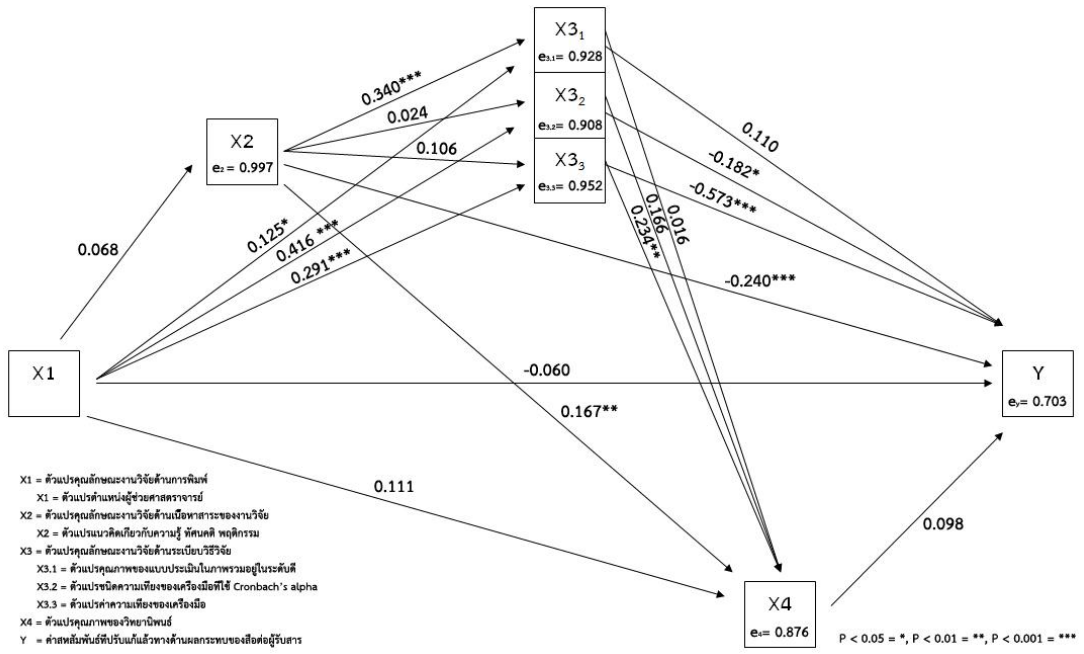
ในส่วนของตัวแปรการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานแตกต่างที่ระดับ 0.001 มีอิทธิพลทางตรงต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารในทิศทางบวก อาจเป็นเพราะมีค่าระดับนัยสำคัญ 0.001 มีค่าความผิดพลาดที่เกิดขึ้นน้อย ผลที่ได้อาจมีความน่าเชื่อถือกว่าระดับอื่น ทำให้ตัวแปรนี้มีอิทธิพลโดยตรงต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร อย่างไรก็ตามการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานโดยส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับผลวิจัยที่ผู้วิจัยศึกษาด้วย การจะกำหนดให้ได้ผลทดสอบสมมติฐานแตกต่างที่ระดับ 0.001 นั้นจึงเป็นไปได้ยาก ดังนั้น ตัวแปรผลทดสอบสมมติฐานแตกต่างที่ระดับ 0.001 จะมีอิทธิพลทางตรงต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารมากน้อยเพียงใดอาจจำเป็นต้องดูตัวแปรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องประกอบไปด้วย

สำหรับตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ มีอิทธิพลทางตรงต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทิศทางบวก แสดงว่า ยิ่งวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์มีคุณภาพสูง ยิ่งส่งผลต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารมากขึ้น และจากการสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ วิทยานิพนธ์ส่วนมากมีคุณภาพในระดับค่อนข้างสูง เนื่องจากวิทยานิพนธ์เหล่านี้ผ่านเกณฑ์ที่มหาวิทยาลัยได้กำหนด ซึ่งเหล่าผู้วิจัยได้ทำตามขั้นตอนและรูปแบบของระเบียบวิธีวิจัยได้ครบถ้วน โดยมีการใช้กระบวนการต่าง ๆ ที่สำคัญของการวิจัย เช่น การกำหนดปัญหาวัตถุประสงค์ การศึกษาทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่เหมาะสมกับปัญหาที่กำหนด ซึ่งวิทยานิพนธ์ที่ได้จึงผ่านการศึกษาค้นคว้าจากเหล่าผู้วิจัยจนได้ผลวิจัยที่น่าเชื่อถือที่สามารถนำไปใช้อ้างอิงกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารในอนาคตได้ กล่าวคือ ผลวิจัยต่าง ๆ จากวิทยานิพนธ์ที่มีคุณภาพสูง ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นของผู้รับสารว่ามีความเป็นมาอย่างไร และมีตัวแปรอะไรเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้รับสาร ทั้งนี้มีการนำแนวคิดทฤษฎีมาใช้อ้างอิงกับผลการศึกษาวิจัย โดยผลการวิจัยพบว่า แนวคิดทฤษฎีที่เลือกใช้ส่วนใหญ่เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภค และการสื่อสารของผู้บริโภค โดยตัวแปรที่ศึกษาก็ยังเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารโดยส่วนใหญ่ ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า การที่คุณภาพของวิทยานิพนธ์ส่งผลต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อ

ต่อผู้รับสาร อาจมีผลมากจากในการวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์สอดคล้องกับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา คือทำให้ทราบถึงผลกระทบต่าง ๆ ของผู้รับสาร ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมของผู้รับสาร รวมถึงมีแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องที่สามารถยืนยันผลวิจัยที่ได้จากวิทยานิพนธ์ และคุณภาพของวิทยานิพนธ์สามารถยืนยันได้ว่าผลการวิจัยที่ได้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำสามารถนำไปใช้ได้ต่อไปในอนาคต

5.2.5 การวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานโดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอย (Regression) และคำนวณค่าอิทธิพล

ภาพที่ 5.1: รูปแบบเส้นทางแสดงความสัมพันธ์และค่าอิทธิพล



ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีอิทธิพลทางตรงต่อ ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยไม่ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากตัวแปรอื่นเลย แสดงว่า ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไม่ได้ส่งผลต่อการเลือกใช้แนวคิดทฤษฎีในงานวิทยานิพนธ์ กล่าวคือ ไม่ว่าอาจารย์ที่ปรึกษาอยู่ในตำแหน่งใดสามารถให้คำแนะนำในการนำแนวคิดทฤษฎีมาใช้ในงานวิทยานิพนธ์ได้ทุกตำแหน่ง เนื่องจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ มีบทบาทในฐานะผู้รอบรู้สาระและแหล่งข้อมูล ต้องเป็นผู้มีความรู้กว้างและลึกทั้งองค์ความรู้และแหล่งความรู้ทางวิชาการ พร้อมที่จะให้

คำแนะนำที่ดี และช่วยวางแผนงานการทำวิทยานิพนธ์ได้อย่างเหมาะสม (ทรงธรรม ธีระกุล และประดิษฐ์ มีสุข, 2551, หน้า 127)

ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และมีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงว่า ตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ส่งผลต่อคุณภาพของเครื่องมือในภาพรวมในระดับดี การเลือกใช้ชนิดความเที่ยง Cronbach's Alpha และการมีค่าความเที่ยงของเครื่องมือ กล่าวคือ ถ้าตำแหน่งของอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีระดับสูงขึ้นไปจะมีประสบการณ์และการให้คำปรึกษาในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของวิทยานิพนธ์มากขึ้น เนื่องจาก อาจารย์ที่ปรึกษาต้องเป็นผู้ที่ชี้แนะแนวทางในการเรียนและทำวิทยานิพนธ์ที่ถูกต้องให้นิสิตนักศึกษาได้ โดยไม่ทำให้นิสิตนักศึกษาหลงทางหรือหลงประเด็น ซึ่งการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จำเป็นต้องได้ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเพื่อสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ทรงธรรม ธีระกุล และประดิษฐ์ มีสุข, 2551, หน้า 128) นอกจากนี้ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ยังมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค ไปถึงตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ไปถึงตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ไปถึงตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมืออย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ เมื่อผ่านตัวแปรแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค ไม่ส่งผลต่อตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha และตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ กล่าวคือ คุณภาพของอาจารย์ที่ปรึกษาจะส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยไม่จำเป็นต้องผ่านตัวแปรอื่น ๆ เป็นต้น

ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค ผ่านตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี หรือผ่านทางตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ไปถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ตัวแปรด้านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตัวแปรแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลในงานวิทยานิพนธ์ เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ช่วยให้การทำวิทยานิพนธ์สำเร็จไปได้ แต่ตัวแปรสำคัญที่จะทำให้วิทยานิพนธ์มีคุณภาพยังมีอีกหลายตัวแปร เช่น ความรู้ความสามารถของผู้วิจัย เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล การมีความตรงภายนอกและความตรงภายใน ซึ่งจำเป็นต้องดูตัวแปรอื่นควบคู่

ไปด้วย (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2550) ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค ผ่านตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ไปถึงตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า หากมีการตรวจสอบค่าความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาจารย์ที่ปรึกษาให้คำแนะนำและผ่านการสร้างเครื่องมือโดยนำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาให้ในการอ้างอิงกับข้อคำถาม ส่งผลให้วิทยานิพนธ์มีคุณภาพ เนื่องจาก มีการใช้แนวคิดทฤษฎีมาเป็นเกณฑ์ในการตั้งคำถามและผ่านการตรวจสอบทั้งค่าความเที่ยงและจากอาจารย์ที่ปรึกษาทำให้ได้เครื่องมือที่มีความถูกต้องแม่นยำเพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูล ทำให้ได้ผลวิจัยที่มีความน่าเชื่อถือและทำให้ได้วิทยานิพนธ์ที่มีคุณภาพ เป็นต้น

ทางด้านตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ตัวแปรตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ไม่สามารถกำหนดผลวิจัยทางด้านผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสารได้ กล่าวคือ ตัวอาจารย์ที่ปรึกษาเป็นเพียงผู้แนะนำ ชี้แนะแนวทางในการเรียนและการทำวิทยานิพนธ์ที่ถูกต้องให้นิสิตนักศึกษา โดยไม่ทำให้นิสิตนักศึกษาหลงทางหรือหลงประเด็น แต่หน้าที่และตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา ไม่สามารถกำหนดทิศทางของผลวิจัยที่ทำการศึกษาของงานวิทยานิพนธ์ได้ (ทรงธรรม ธีระกุล และประดิษฐ์ มีสุข, 2551, หน้า 129) อย่างไรก็ตาม ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค ไปถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงว่า ถึงตัวแปรตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษาตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ไม่ส่งผลต่อผลวิจัยด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารโดยตรง แต่เมื่อผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภคกลับส่งผลต่อผลวิจัยด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร กล่าวคือ อาจารย์ที่ปรึกษาและตำแหน่งวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา เมื่อนำแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภคมาใช้อ้างอิงประกอบกับผลวิจัยด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร ทำให้ทราบถึงที่มาที่ไปของพฤติกรรมของผู้รับสารที่เกิดขึ้น ซึ่งทั้งอาจารย์ที่ปรึกษาจะช่วยในการให้คำแนะนำในเรื่องขององค์ความรู้และแหล่งความรู้ทางวิชาการ โดยพร้อมที่จะให้คำแนะนำที่ดีเกี่ยวกับการเลือกใช้ทฤษฎีที่เหมาะสมกับงานวิทยานิพนธ์

ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค ผ่านตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ไปถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ เมื่ออ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ

พฤติกรรมของผู้บริโภค และตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ไม่ส่งผลต่อผลวิจัยด้านผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร แต่เมื่ออ้อมผ่านตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha และตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ กลับมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.001 ตามลำดับ แสดงว่า อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้ความสำคัญกับการนำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค มาใช้ในการอ้างอิงเพื่อสร้างเครื่องมือและผ่านการตรวจสอบค่าความเที่ยงโดยการใช้ ค่า Cronbach's Alpha ส่งผลต่อผลวิจัยด้านผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร กล่าวคือ การที่จะได้ผลวิจัยที่ดี จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบเครื่องมือก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2550) โดยในการสร้างเครื่องมือจำเป็นต้องใช้การทบทวนแนวคิดทฤษฎีเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดปัญหาและข้อคำถามที่จะนำไปใช้ และต้องผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากอาจารย์ที่ปรึกษาก่อนนำไปใช้จริง

ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ที่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค ผ่านตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี หรือผ่านทางตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha หรือผ่านทางตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ และผ่านตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์ ไปถึงตัวแปรค่าสหสัมพันธ์ที่ปรับแก้แล้วทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่า ตัวแปรตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค ตัวแปรคุณภาพของแบบประเมินในภาพรวมระดับดี ตัวแปรชนิดความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ค่า Cronbach's Alpha ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ เมื่อผ่านตัวแปรคุณภาพของวิทยานิพนธ์แล้ว ไม่ส่งผลต่อผลวิจัยทางด้านผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร กล่าวคือ ในกระบวนการทำวิทยานิพนธ์นั้น คุณภาพของวิทยานิพนธ์ที่สูงหรือต่ำ ไม่ส่งผลต่อผลวิจัยด้านผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร หรืออีกนัยหนึ่งคือ คุณภาพของวิทยานิพนธ์จะขึ้นอยู่กับการเขียนงานวิจัยของผู้วิจัย แต่จะไม่ส่งผลต่อความเป็นจริงที่เกิดขึ้นของผู้รับสารนั่นเอง

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อผลวิจัยทางด้านผลกระทบของสื่อที่มีต่อผู้รับสารจะเป็นตัวแปรที่เกี่ยวกับการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นด้านการตรวจสอบหาความเที่ยง ความตรงของเครื่องมือ การหาคุณภาพของเครื่องมือ และการให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเครื่องมือก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูล ซึ่งถ้าเครื่องมือที่คุณภาพสูง มีความความเที่ยงตรงสูงแสดงว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงคำถามที่ผู้วิจัยต้องการจะสื่อถือ ทำให้ได้ผลวิจัยที่มีประสิทธิภาพสามารถนำผลวิจัยไปใช้ต่อได้ในอนาคต

5.3 ข้อจำกัดในงานวิจัย

1) เนื่องจากระยะเวลาที่ใช้ประเมินวิทยานิพนธ์มีระยะเวลาที่นานทำให้อาจมีบัณฑิตสำเร็จการศึกษาในปี 2556 เพิ่มขึ้น และทำให้มีจำนวนวิทยานิพนธ์ที่เพิ่มขึ้นในภายหลังจากที่ผู้วิจัยรวบรวมวิทยานิพนธ์แล้ว ซึ่งวิทยานิพนธ์ที่เพิ่มขึ้นนั้นผู้วิจัยไม่ได้นำมาใช้สังเคราะห์ในครั้งนี้

2) มีวิทยานิพนธ์บางเล่มไม่สามารถหาต้นฉบับที่สมบูรณ์ได้ กล่าวคือมีเนื้อหาหายไปบางส่วน ทำให้ไม่สามารถนำมาใช้ประเมินคุณภาพได้

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1) จากผลการวิจัย พบว่า การประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ มีประเด็นที่อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างต่ำ ดังนี้ การออกแบบการวิจัยสอดคล้องกับปัญหาการวิจัย การนิยามศัพท์เฉพาะมีความชัดเจน การเขียนข้อจำกัดของงานวิจัยถูกต้องชัดเจนตามหลักการวิจัย เหตุผลและความจำเป็นในการทำวิจัยมีความสมเหตุสมผล การกำหนดขอบเขตของการวิจัยได้อย่างเหมาะสมและมีเหตุผลรองรับ ข้อตกลงเบื้องต้นของงานวิจัยเหมาะสมและมีเหตุผลรองรับ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและต่างประเทศมีสัดส่วนเหมาะสม เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีความทันสมัยและเชื่อมโยงกับงานวิจัยในอดีต ประเด็นเรื่องเป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางวิชาการได้ และเป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ ซึ่งทำให้เห็นถึงปัญหาที่ทำให้งานวิจัยมีคุณภาพอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างต่ำนั้นจะขึ้นอยู่กับทักษะการเขียนวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัยเอง เนื่องจากในแต่ละเล่มมีการอธิบายให้รายละเอียดได้ไม่ครบถ้วน รวมถึงการใช้อ้างอิงที่ไม่ทันสมัยและเลือกใช้อ้างอิงแค่เฉพาะภาษาไทยเท่านั้น เป็นผลให้คุณภาพของวิทยานิพนธ์ในประเด็นเหล่านี้ต่ำลง ดังนั้น ผู้ทำวิทยานิพนธ์ควรให้ความสำคัญกับทักษะในการเขียนวิทยานิพนธ์ และให้ความสำคัญกับความทันสมัยของเอกสารอ้างอิงให้มากขึ้น เพื่อให้ได้วิทยานิพนธ์ที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้นในอนาคต

2) จากผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์ตารางไขว้ระดับคุณภาพของงานวิจัยและการออกแบบงานวิจัยมีประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ คือ วิทยานิพนธ์ประเภทงานสังเคราะห์ยังมีจำนวนน้อย แต่งานประเภทนี้เป็นแบบแผนงานวิจัยที่มีคุณภาพในระดับสูง จึงควรส่งเสริมให้มีการทำการสังเคราะห์งานวิทยานิพนธ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์และการสื่อสารเพิ่มขึ้น เพื่อหาข้อสรุปให้กับวิทยานิพนธ์ในประเด็นเดียวกัน เพื่อให้สะดวกต่อการหาข้อมูลในอนาคต

3) จากผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านการพิมพ์ คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย และคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย มีตัวแปรที่ส่งผลต่อคุณภาพของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ตัวแปรการตรวจสอบเนื้อหา ความเหมาะสมของภาษาและโครงสร้าง ตัวแปรค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ซึ่งทำให้เห็นว่าคุณภาพของวิทยานิพนธ์ขึ้นอยู่กับคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล และมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง โดยใช้การตรวจสอบความตรงของเนื้อหาและความเที่ยงตรงในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ เพราะถ้าเครื่องมือที่มีคุณภาพดีจะส่งผลให้ผลวิจัยที่ได้มีความน่าเชื่อถือ

4) จากผลวิจัยทางด้านการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อหาค่าอิทธิพล พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านการพิมพ์ คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย และคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย มีตัวแปรที่ส่งผลต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ คือ ตัวแปรค่าความเที่ยงของเครื่องมือ ตัวแปรชนิดความเที่ยงค่า Cronbach's Alpha และตัวแปรแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภค มีค่าอิทธิพลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ในการทำวิทยานิพนธ์จึงควรให้ความสำคัญกับค่าความเที่ยงของเครื่องมือที่ใช้ไม่ให้อยู่ในระดับต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด รวมไปถึงความเลือกชนิดการตรวจสอบความเที่ยงให้เหมาะสมกับเครื่องมือต้องการตรวจสอบ นอกจากนี้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ควรเน้นให้ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการสร้างเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล เนื่องจาก ตัวแปรอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เมื่อผ่านตัวแปรเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ส่งผลทางอ้อมต่อคุณภาพของวิทยานิพนธ์ไปถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ของวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์ ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล และควรเลือกใช้แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมแบบอื่นนอกเหนือจากแนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมของผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว เพื่อให้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ของวิทยานิพนธ์เพิ่มขึ้น และเป็นการขยายขอบเขตองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร

5.4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

1) ควรส่งเสริมให้มีการทำวิจัยรูปแบบการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยการวิเคราะห์อภิมานในงานทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสารเพิ่มขึ้นในประเด็นอื่น ๆ ที่เจาะจงและมีการกำหนดขอบเขตที่แคบคง เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารมวลชน เป็นต้น เพื่อให้สะดวกต่อการวิเคราะห์หาค่าดัชนีมาตรฐาน และเป็นการหาข้อสรุปจากวิทยานิพนธ์ที่มีจำนวนมากอีกด้วย

2) ควรมีการขยายแหล่งข้อมูลที่นำมาใช้ในการสังเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์อภิมานในงานทางด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร โดยจากสังเคราะห์เพียงวิทยานิพนธ์ก็เปลี่ยนเป็นศึกษารายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ (IS) ด้วย เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่มีความครอบคลุมเพิ่มขึ้น

3) จากผลการวิจัย ที่พบว่า ตัวแปรทางด้านเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลที่ส่งผลต่อคุณภาพและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงควรมีการพัฒนาโดยการเพิ่มรายละเอียดของคำถามให้มีความครอบคลุมเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพื่อนำตัวแปรนี้ไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างเครื่องมือ และกำหนดเป็นตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยสำหรับใช้ประเมินงานวิจัยในครั้งต่อไป

4) จากผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะงานวิจัยทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านการพิมพ์ คุณลักษณะด้านเนื้อหาสาระของงานวิจัย และคุณลักษณะด้านระเบียบวิธีวิจัย สามารถทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ ได้ร้อยละ 53.90 ซึ่งยังมีปัจจัยจากตัวแปรอื่น ๆ ถึงร้อยละ 46.10 ที่สามารถส่งผลกระทบต่อค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้แล้วได้อีก ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการต่อยอดจากงานวิจัยในครั้งนี้ โดยพิจารณาถึงตัวแปรคุณลักษณะวิจัยอื่น ๆ ที่สามารถนำไปร่วมทำนายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทางด้านผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารที่ปรับแก้ได้เพิ่มขึ้นในครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

กระทรวงวัฒนธรรม. (2551). *ภาพยนตร์และวีดีทัศน์.* สืบค้นจาก http://www.culture.go.th/thai/index.php?option=com_content&view=article&id=5.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2542). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์วิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *สื่อมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ และวิลาสินี พิพิธกุล. (2539). *การสำรวจสถานภาพแห่งองค์ความรู้เรื่องสตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย พ.ศ. 2520-2535* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา วงษ์สวัสดิ์. (2556). *วิธีวิทยาการวิจัยขั้นสูงทางการศึกษา.* สืบค้นจาก https://rci2010.files.wordpress.com/e0b881e0b8b2e0b8a3e0b8a.

กิจมาโนชญ์ โรจนทรัพย์. (2556, 23 กรกฎาคม). ปริญญา. *ไทยรัฐ*. สืบค้นจาก http://www.thairath.co.th/content/358845.

กิดานันท์ มลิทอง. (2543). *นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา.* กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.

กิดานันท์ มลิทอง. (2548). *เทคโนโลยีและการสื่อสารเพื่อการศึกษา.* กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.

กิตติ สิริพัลลภ และศุภวรณ จิระอร. (2541). *กลยุทธ์การตลาด* [เอกสารการบรรยาย]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กุลทิชา หุ่นรำภู. (2546). *การศึกษาสถานภาพขององค์ความรู้ด้านการเพยแพร่นวกรรมในวิทยานิพนธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ 2542 – 2545*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2541). *มองฝันวันข้างหน้า: วิสัยทัศน์ประเทศไทยปี 2560.* กรุงเทพฯ: ซัคเซส มีเดีย.

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2549). *การคิดเชิงสังเคราะห์*. กรุงเทพฯ: ซัคเซส มีเดีย.

เกศราภรณ์ สืบสุรีย์กุล. (2544). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ลดมลพิษทางอากาศของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เกษม วัฒนชัย. (2545). *การปฏิรูปการศึกษาไทย.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา.

จันทนา ทองประยูร. (2549). *ทฤษฎีการสื่อสารกลุ่มเล็กและการสื่อสารสาธารณะ*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จำนง อดิวัฒนสิทธิ์. (2540). *การกระทำทางสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จิรพรรณ บุญสูง. (2545). *การสังเคราะห์วิธีวิทยาการวิจัยในวิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. (2538). *ทัศนคติความเชื่อ และพฤติกรรม: การวัดทรัพยากรและการเปลี่ยนแปลง.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.

จิราภา เต็งไตรรัตน์. (2554). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

จิลมิกา เจริญหนัง. (2551). *การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการที่มีผลต่อการซื้ออาหารแชแช็งพร้อมรับประทาน.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

จุไรลักษณ์ จันทสีหราช. (2553). *อิทธิพลของภาพลักษณ์บริษัทที่มีต่อความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้าบริษัท ฮอนด้าออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด.* สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จุฬาวิทยานุกรม. (2554). *ประเภทของการสื่อสาร.* สืบค้นจาก http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php.

ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2541). การวิเคราะห์องค์ประกอบ. *วารสารการวัดผลการศึกษา, 20*(58), 1-28.

ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2549). *การสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ หลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยทักษิณ*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ชลลดา กิจรื่นภิรมย์สุข. (2548). *การศึกษาสถานะขององค์ความรู้ ด้านการสื่อสารและการมีส่วนร่วมในวิทยานิพนธ์ สาขานิเทศศาสตรพัฒนาการของไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชุดา จิตพิทักษ์. (2525). *พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น* (ครั้งที่พิมพ์ 2). กรุงเทพฯ: สารมวลชน.

ชุติมา วุ่นเจริญ. (2556). ความรับผิดชอบต่อสังคมกับธุรกิจโรงแรม. *วารสารวิทยาการจัดการ, 30*(1), 143-158.

ญานิศร สมศิริ. (2555). *การวิเคราะห์อภิมานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในงานสื่อสาร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณฐวัฒน์ คณารักสมบัต. (2557). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อภาคธุรกิจ. *วารสารปัญญาภิวัฒน์, 5*(2), 246-254.

ณรงค์ศักดิ์ พลแก้ว. (2554). *การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการจัดการความขัดแย้งในระบบการศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2542-2554.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ณัฐชลิดา เมธีภิวัฒน์. (2553). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการชำระเงินผ่านบัญชีธนาคารของผู้ใช้น้ำประเภทที่พักอาศัย กรณีศึกษา: สำนักงานประปาสาขานนทบุรี.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ดนุพล อุ่นจินดามณี. (2545). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการปฏิรูปอุดมศึกษาของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดรุณี หิรัญรักษ์. (2549). *การเรียนการสอนทางนิเทศศาสตร์ของไทย.* สืบค้นจาก http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/amsar/about/document10.html.

ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2549). *หลักสูตรฝึกอบรบการวิจัยขั้นสูงแบบบูรณาการทางจิตพฤติกรรมศาสตร์.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ดวงพร คำนูญวัฒน์ และวาสนา จันทร์สว่าง. (2541). *สื่อสารการประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เจริญพาณิชย์.

ดารณี ธัญญสิริ และอัญชุลี วงษ์บุญงาม. (2554). *การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง ความรู้ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลในเขตกรุงเทพมหานคร* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

ถาวร แสงอำไพ. (2554). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของพนักงานท่าอากาศยานตรัง.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวลัยลงกรณ์.

ทรงธรรม ธีระกุล. (2547). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำวิทยานิพนธ์ของมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยทักษิณ* (รายงานการวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ทรงธรรม ธีระกุล และ ประดิษฐ์ มีสุข. (2551). *วิกฤตคุณภาพบัณฑิตศึกษากับบทบาทมหาวิทยาลัย.* สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ทรงศักดิ์ ภูสีอ่าน. (2548). การวิเคราะห์อภิมาน: หลักการและแนวปฏิบัติ. *วารสารการวัดผลการศึกษา, 1*(1), 86-98.

ธงชัย สันติวงษ์. (2537). *ทฤษฎีองค์การและการออกแบบ.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด.* กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธนกฤต ดีพลภักดิ์. (2556). *การเปิดรับสื่อ พฤติกรรม และผลกระทบจากการเล่นเกมออนไลน์ประเภท MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม.

ธนวดี บุญลือ. (2529). *หลักการประชาสัมพันธ์ขั้นสูง.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์. (2548). *แนวคิดนิเทศศาสตร์ศึกษา.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

ธิรดา สุวัณณะศรี. (2558). *ศักยภาพของสมองระหว่างเพศหญิงกับเพศชาย.* สืบค้นจาก http://www.novabizz.com/NovaAce/Physical/%E0%B8%AA%E0%B8%A1%E0%B8%AD%8A%E0%B8%B2%E0%B8%A2.htm.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2538). *ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (LISREL) สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). *การวิเคราะห์อภิมาน (Meta-Analysis).* กรุงเทพฯ: นิชินแอดเวอร์ไทซิ่ง.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2545). การเชื่อมโยงองค์ความรู้จากการวิจัยด้วยการวิเคราะห์อภิมาน. *วารสารวิธีวิทยาการวิจัย, 15*(3), 296-322.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2551). *การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการศึกษาไทย: การวิเคราะห์อภิมาน (Meta-analysis)* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2552). *วิจัยและสถิติ: คำถามชวนตอบ.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นงลักษณ์ วิรัชชัย และสุวิมล ว่องวาณิช. (2545). *การสังเคราะห์งานวิจัยทางการศึกษาด้วยการวิเคราะห์อภิมานและการวิเคราะห์เนื้อหา.* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.

นัทธี เชียงชะนา. (2550). *การสังเคราะห์งานวิจัยทางดนตรีศึกษา: การวิเคราะห์อภิมานและการวิเคราะห์เนื้อหา.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิภาพรรณ์ แก้วสุวรรณ์. (2532). *ความคิดเห็นของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อการศึกษาวิชานิเทศศาสตร์.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นูรีมา ลูเด็ง. (2549*). พฤติกรรมการใชหมวกนิรภัยของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลเมืองนราธิวาส.* สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร.

เนตรนภา ชินะสกุลชัย. (2553). *พฤติกรรมการใช้กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าโทรศัพท์มือถือยี่ห้อไอโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

บรรดล สุขปิติ. (2544). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิจัย.* นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บังอร เทพเทียน. (2548). *การสังเคราะห์งานวิจัยด้านสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาในระหว่างปี พ.ศ. 2537 – 2546 โดยวิธีการวิเคราะห์อภิมาน.* วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2537). *ระเบียบการวิจัยทางสังคมศาสตร์.* กรุงเทพฯ: B&B.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2549). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

บุญเรียง ขจรศิลป์. (2541). *สถิติวิจัย 2* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เบสท์ กราฟฟิกเพลส.

บุญเรียง ขจรศิลป์. (2550). *ทำอย่างไรให้วิจัยมีคุณภาพ: ความคลาดเคลื่อนในการทำงานวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

บุษบา สุธีธร. (2549). *กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). *หลักการตลาด.* กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ปดิวรัดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. (2547). *การวิจัยนิเทศศาสตร์.* กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

ปรมะ สตะเวทิน. (2540). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ปรมะ สตะเวทิน. (2541). *การสื่อสารมวลชน กระบวนการและทฤษฎี* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร. (2547). *การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาด.* กรุงเทพฯ: แพคอินเตอร์กรุ๊ป.

ประภาพร ซื่อสุทธิกุล. (2550). *การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์อภิมาน.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปาริชาต สถาปิตานนท์. (2546). *ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พงษ์ วิเศษสังข์. (2551). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พงษ์เทพ วรกิจโภคาทร. (2537). *ภาพพจน์กับการประชาสัมพันธ์.* กรุงเทพฯ: เจริญผล.

พจน์ ใจชาญสุขกิจ. (2555). *นิเทศศาสตร์กับสังคมไทยวันนี้.* สืบค้นจาก http://www.drphot.com/talk/archives/486.

พรทิพย์ อุดมสิน. (2555). *การจัดการความรู้และการสังเคราะห์ความรู้* [เอกสารการบรรยาย]. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พรพรรณ เชยจิตร. (2542). *สถานภาพการศึกษาวิจัยการสื่อสารในองค์การไทยในวิทยานิพนธ์ ปี 2524-2541.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรรณพิมล ก้านกนก. (2553). *เหตุจูงใจในการสมัครเขาศึกษาของนักศึกษาเปนรายกระบวนวิชา (Pre –Degree): ศึกษาเฉพาะกรณีมหาวิทยาลัยรามคำแหง สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดนครศรีธรรมราช.* สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

พรรณี ชูทัย. (2522). *จิตวิทยาการเรียนการสอน.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร.

พัชรี รุจิรัตนมณี. (2544). *กลยุทธ์การสร้างสรรค์งานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์ของโครงการ Amazing Thailand 2000-2001*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิชิต วรรณราช. (2549). *การศึกษาทัศนคติของผู้นำชุมชนที่มีต่อบทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในอุทยานแห่งชาติดอยหลวง* (รายงานผลการวิจัย). ขอนแก่น: กรมอุทยานแหงชาติสัตว์ป่าและพันธ์พืช.

พิพัฒน์ จิติมัชฌิมา. (2524). *การโฆษณาในนิตยสาร.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พีธะกัญญ์ สุขโพธารมณ์. (2558). การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและนักศึกษาเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2558. ใน *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.* กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พีระ จิระโสภณ. (2548). *ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร.* นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พีระ จิรโสภณ. (2549). *การรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภัครัศ สีธิ. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพกับการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ วัฒนธรรม และค่านิยมในการทำงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐตามตัวแบบ I AM READY ของหน่วยงานราชการบริหารส่วนภูมิภาค สังกัดกระทรวงมหาดไทย จังหวัดเชียงใหม่.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ภัทรธิรา ผลงาม. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์.* เลย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

ภัทรานุจ แสงจันทร์. (2542). *สถานภาพการศึกษาวิจัยทางการสื่อสารระดับวัฒนธรรมในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนัสสินี บุญทำดี. (2547). *การสื่อสารเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

มนูญ แสงหิรัญ, สุรพล เทวอักษร และบัญญัติ จุลนาพันธ์. (2527). *การโฆษณา.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2536). *คู่มือการสมัครเรียนของมหาวิทยาลัยกรุงเทพระหว่างปี 1992-1993*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2555). *คู่มือการสมัครเรียนของมหาวิทยาลัยกรุงเทพระหว่างปี 2011 - 2012*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2555). *รวมงานวิชาการ*. สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/.

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2557). *BU Timeline*. สืบค้นจาก http://www.bu.ac.th/.

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. (2557). *หลักสูตรระดับปริญญาโทปีการศึกษา 2557*. สืบค้นจาก http://admission.bu.ac.th/grad/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=71&Itemid=465.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2539). *เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: ผู้แต่ง.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2549). *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 1-7*. นนทบุรี: ผู้แต่ง.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2549). *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 8-15*. นนทบุรี: ผู้แต่ง.

มะยูตี ดือรามะ. (2547). การสังเคราะห์งานวิจัย. *วารสารการวัดผลและวิจัยการศึกษา, 2*(1), 23-35.

มานิต มานิตเจริญ. (2547). *พจนานุกรมไทยฉบับสมบูรณ์-ปรับปรุงใหม่* (พิมพ์ครั้งที่ 22). กรุงเทพฯ: รวมสาส์น.

มาลิน ธราวิจิตรกุล. (2551). *การวิเคราะห์การเล่าเรื่องในภาพยนตร์แนวรักของเกาหลี.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เมทินี ทองศรีเกตุ. (2552). *พฤติกรรมการดูละครทางโทรทัศน์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). *การวิเคราะห์ผู้รับสาร.* กรุงเทพฯ: ที.พี.พริ้นท์.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2554). *การวางแผนและการประเมินผลการสื่อสารเชิงกลยุทธ์.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รสชงพร โกมลเสวิน. (2548). *ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

รัตนะ บัวสนธ์. (2534). บางแง่มุมของการวิเคราะห์อภิมาน. *ข่าวสารวิจัยการศึกษา*, *14*(5), 19.

ราชกิจจานุเบกษา. (2551). *พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์.* กรุงเทพฯ: สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

รุ่ง แก้วแดง. (2539). *รีเอ็นจิเนียริ่งระบบราชการไทย ภาค 2*. กรุงเทพฯ: มติชน.

รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2543). *การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลำเนา เอี่ยมสอาด. (2549). *หลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศไทย.* สืบค้นจาก http://utcc2.utcc.ac.th/localuser/amsar/about/document10.html.

วรรณฤดี แกวแกมแข. (2544). *ความรูเจตคติและการปฏิบัติเกี่ยวกับการบริโภคอาหารของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วรรณี อริยสินสมบูรณ์. (2544). *การสังเคราะห์งานวิจัยในสาขาจิตวิทยา: การวิเคราะห์อภิมาน.* วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรางคณา จันทร์คง. (2556). ตัวแปรและสมมุติฐานการวิจัย. *จุลสารสาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพออนไลน์, 56*(4), 1-2.

วันชัย ศกุนตนาค. (2555). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีความสัมพันธ์กับความผูกพันของพนักงานกลุ่มงาน Service Desk ของธนาคารแห่งหนึ่ง.* สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2547). การอภิปรายผลการวิจัย: หัวใจของการวิจัย. *วารสารวิทนบริการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 15*(2-3), 74-78.

วิชัย แหวนเพชร, อริยฉัตร ศอกจะบก, ยุทธนา กาฬสิงห์ และพรพงศ์ เอกพิชญานนท์. (2554). *การสังเคราะห์งานวิจัยด้านพัฒนาการเรียนการสอนของคณาจารย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

วิภาวี เอี่ยมวรเมธ. (2550). *ความรู้เบื้องต้นทางสังคมศาสตร์*. สืบค้นจาก http://arts.kmutt.ac.th/ssc260.

วิรัช ลภิรัตนกุล. (2540). *การประชาสัมพันธ์ ฉบับสมบูรณ์* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิโรจน์ สัตย์สัณห์สกุล. (2548*). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของสถานีตำรวจภายหลังจากปรับโครงสร้างองค์กรใหม่: ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดฉะเชิงเทรา.* สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วิไลวรรณ รุ่งเรืองรัตน์. (2542). *สถานภาพทางการศึกษาสื่อมวลชนไทยโดยนักวิจัยชาวต่างประเทศ.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วีรพงษ์ พวงเล็ก. (2552). *การวิจัยการโฆษณา.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิริยุภา พูลสุวรรณ. (2554). *การวิเคราะห์อภิมาน: การสร้างองค์ความรู้จากการวิจัย* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์.* กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่.* กรุงเทพฯ: ธีระฟิลม์ และไซเท็กซ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม.* กรุงเทพฯ: ไดมอน อิน บิสสิเน็ตเวิรล.

ศิริวรรณ อนันต์โท. (2553). *แนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ.* สืบค้นจาก http://drsiriwan1.blogspot.com/2010/03/u.html.

ศูนย์นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาระบบราชการไทย. (2551). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย 2551–2555.* สืบค้นจาก http://rongjo.blogspot.com/2008/09/2551-2555.html.

สถาบันการพลศึกษา. (ม.ป.ป.). *การใช้ภาษาสื่อสารในหนังสือพิมพ์และนิตยสาร.* สืบค้นจาก http://www.ipesp.ac./learning/thai/Manipulator.html.

สนั่น ปัทมะทิน. (2520). *ศัพทานุกรมสื่อสารมวลชน.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมควร กวียะ. (2535). *การสื่อสารมวลชน: บทบาทหน้าที่เสรีภาพและความรับผิดชอบ.* กรุงเทพฯ: พชรกานต์.

สมจิตร์ แก้วมณี. (2551). ปัญหาในการทำวิทยานิพนธ์ของนักศึกษาระดับมหาบัณฑิตคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 4*(1), 133-158.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2534). *ทฤษฎีสังคมวิทยา.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2552). *การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการศึกษาไทย: การวิเคราะห์อภิมาน (Meta-analysis)* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุนทรา โตบัว. (2555). *การสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้รับทุนวิจัยจากภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุปรีดี สุวรรณบูรณ์. (2554). *ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร.* สุพรรณบุรี: สถาบันการพลศึกษา.

สุภวัฒน์ สงวนงาม. (2557). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเนชั่น.

สุภัททา ปิณฑะแพทย์. (2542). *พฤติกรรมมนุษย์และการพัฒนาคน.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). *การสื่อสารกับสังคม.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุวิมล สถิระนาคะภูมินทร์ และวิรัตน์ ธรรมาภรณ์. (2542). *การสังเคราะห์วิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษาของคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่เกี่ยวกับการเรียนการสอนระหว่างปีการศึกษา 2527-2541.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

เสถียร เชยประทับ. (2537). *การสื่อสารและการพัฒนา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงษ์มณฑา. (2540). *ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.

เสรี วงษมณฑา. (2541). *ภาพพจนนั้นสำคัญไฉน.* กรุงเทพฯ: ธีระฟลม และไซเท็กซ์.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การวางแผนการตลาด.* กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

เสรี วงษมณฑา. (2550). *กลยุทธการตลาด: การวางแผนการตลาด.* กรุงเทพฯ: ไดมอน อิน บิสสิเน็ตเวิร์ล.

โสภิตสุดา มงคลเกษม. (2539). *พฤติกรรมการเปดรับขาวสาร ความรู ทัศนคติและพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ ในกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

หน่วยบริการวิชาการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (2554*). การประเมินผลด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อรณรงค์ทางจริยธรรมและสังคมในการบริการวิชาการของวิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อดิศักดิ์ อนันนับ. (2540). *ธุรกิจการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อธิภัทร สายนาค. (2543). *การศึกษาเจตคติต่อการจัดกิจกรรมเคลื่อนไหวและจังหวะของครูที่ใช้คู่มือการประเมินการปฏิบัติการสอน.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อนิวัช แก้วจำนง. (2552). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยทักษิณ.

อมราลักษณ์ วาทหงษ์. (2545). *การรับรู้โฆษณาและประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อรรถการ สัตยพาณิชย์. (2552). Super CSR. *Brandage Essential, 52*(1), 1-7.

อรรถพร กงวิไล. (2547). *สถานภาพองค์ความรู้ของการสื่อสารทางการเมืองในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกธิดา เสริมทอง. (2553). *การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้เรื่องสตรีกับสื่อมวลชนในประเทศไทย พ.ศ. 2536– 2552* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

อุทุมพร จามรมาน. (2527). *การสังเคราะห์งานวิจัย: เชิงปริมาณ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุทุมพร จามรมาน. (2531). *การสังเคราะห์งานวิจัย: เชิงปริมาณเน้นวิธีวิเคราะห์เมตต้า*. กรุงเทพฯ: ฟันนี่พับบลิชชิ่ง.

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต. (2545). *พัฒนาการของการศึกษาและสถานภาพขององค์ความรู้ทางนิเทศศาสตร์พัฒนาการในประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Adam, J. R. (1971). *Media planning.* Hayes, UK: Oxford University Press.

AHSC. (1985). *The american heritage dictionary* (2nd ed.). Boston: Houghton Mifflin.

Aristoteles. (1946). *The politics of aristotle.* Oxford, UK: Clarendon Press.

Berlo, D. K. (1960). *The process of communication*. New York: Holt Rinehart & Winston.

Bloom, B. S. (1971). *Concept of knowledge: In handbook on formative and sumative evaluation of student learning.* New York: McGraw-Hill.

Borenstein, M., Hedges, L. V., Higgins, J. P. T., & Rothstein, H. R. (2009). *Introduction to meta-analysis*. WestSussex, UK: John Wiley & Sons.

Bower, H., & Hilgard, E. R. (1981). *Theories of learning* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Chirs, F. (1995). *Marketing communications*. Wilshire, LA: Prentice Hall.

Cochran, W. G. (1937). Problems arising in the analysis of a series of similar experiments. *Journal of the Royal Statistical Society, 4*(1), 102-118.

Cohen, J. (1969). *Statistical power analysis for the behavioral sciences.* New York: Academic Press.

Cooper, H. M., & Hedges, L. V. (Eds.). (1994). *The handbook of research synthesis.* New York: Russell.

Cooper, H. M., & Lindsay, J. J. (1997). Research synthesis and meta–analysis. *Educational Researcher, 5*(1), 3-8.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16*(3), 297-298.

Cutlip, S. M., & Center, A. H. (1982*). Effective public relations* (5th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Devine, E. C., & Cook, T. D. (1983). A meta-analytic analysis of effects of psychoeducational interventions on length of postsurgical hospital stay. *Nursing Research, 32*(5), 267-271.

Duncan, T. R. (2005). *Principles of advertising & IMC* (2nd ed.). Boston: McGraw-Hill.

Frederick, H. (1959). *The motivation to work*. New York: John Wiley & Sons.

Glass, G. V. (1976). Primary secondary and meta–analysis of research. *Educational Researcher, 5*(10), 3-5.

Glass, G. V., Mcgaw, B., & Smith, M. L. (1981). *Meta-analysis in social research.* Beverly Hills, LA: Sage.

Heider, F. (1946). Attitudes and cognitive organization. *Journal of Psychology, 21*(1), 107-112.

Hunter, J. E., Schmidt, F. L., & Jackson, G. B. (1982). *Meta-analysis: Cumulating research findings across studies*. Beverly Hills, CA: Sage.

Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication.* New York: The Free Press.

Kotler, P. (2000). *Marketing: An introduction* (3rd ed.). Englewood Chiffs, NJ: Prentice-Hall.

Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause.* Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Lasswell, H. D. (1984) *Politics, who gets what, when, how.* Cleveland, OH: World.

Mandell, M. I. (1984). *Advertising* (4th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Mantel, N., & Haenszel W. (1959). Statistical aspects of the analysis of data from retrospective studies of disease. *Journal of the National Cancer Institute, 22*(1), 719-748.

Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personnality*. New York: Harper & Row.

McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). *Using mass communication theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Morse, N. C. (1958). *Satisfaction in the white collar job.* Michigan: University of Michigan.

Pearson, K. (1904). Report on certain enteric fever inoculation statistics. *British Medical Journal, 5*(3), 1243-1246.

Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of Innovation: A cross-cultural approach.* New York: The Free Press.

Rosenthal, R. (1991). Writing meta-analytic reviews. *Psychological Bulletin, 118*(2), 183-192.

Samuel, L. B. (1972). *Discovering mass communication*. Illinois: Scott Foresman & Co.

Schramm, W. (1973). *Channels and audience: Handbook of communication*. Chicago: Ran Mcnally.

Tubbs, S. L., & Moss, S. (2000). *Human communcation* (8th ed.). Singapore: McGraw-Hill.

Vroom, W. H. (1964). *Working and motivation*. New York: John Wiley & Sons.

Yusuf, S., Peto, R., Lewis, J., Collins, R., & Sleight, P. (1985). Beta blockade during and after myocardial infarction: An overview of the randomized trials. *Progress in Cardiovascular Disease, 27*(1), 335-371.

ภาคผนวก ก

สูตรคำนวณดัชนีมาตรฐาน: วิธีการประมาณค่าโดยการคำนวณโดยตรง

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สูตรคำนวณดัชนีมาตรฐาน: วิธีการประมาณค่าโดยการคำนวณโดยตรง

1. แบบแผนการวิจัยแบบสองกลุ่มวัดครั้งหลัง (Two-group posttest only design) จะแตกต่างกันตามแบบแผนการวิจัย 4 แบบ ดังนี้

1.1 การประมาณค่าขนาดอิทธิพล (d) เมื่อตัวแปรตามเป็นตัวแปรต่อเนื่องใช้สูตรประมาณค่าขนาดอิทธิพลจากค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$d = (\bar{y}_E - \bar{y}_C) / S_C$$

เมื่อ $\bar{y}_E$, $\bar{y}_C$ คือ ค่าเฉลี่ยกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม

S_C คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกลุ่มควบคุม

1.2 การประมาณค่าขนาดอิทธิพล (d) เมื่อมีตัวแปรตามเป็นตัวแปรไม่ต่อเนื่องมีการหาสัดส่วน (proportion = p) ในกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน ใช้สูตรการประมาณค่าสัดส่วน ดังนี้

$$d = \frac{P_E - P_C}{\sqrt{P_C(1 - P_C)}}$$

เมื่อ P_E คือ สัดส่วนตัวอย่างในกลุ่มทดลอง

P_C คือ สัดส่วนตัวอย่างในกลุ่มควบคุม

1.3 เมื่อทราบขนาดค่าอิทธิพลแล้ว สามารถประมาณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จากค่าขนาดอิทธิพลได้ดังสูตรต่อไปนี้

$$r = d\sqrt{\frac{n}{nd^2 + 4n - 8}} \; ; n = n_E + n_C$$

2. แบบแผนการวิจัยแบบสองกลุ่มวัดก่อนและหลัง (Two-group, pretest posttest design)

2.1 การประมาณค่าขนาดอิทธิพล (d) กรณีที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรต่อเนื่อง และใช้คะแนนการเปลี่ยนแปลง (G) ใช้สูตรดังนี้

$$d = (\overline{G_E} - \overline{G_C}) / S_y \; ; \; S_y = S_G / \sqrt{2(1 - r_{EC})}$$

2.2 การประมาณค่าขนาดอิทธิพล (d) กรณีที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรต่อเนื่องและคะแนนการเปลี่ยนแปลงเป็นเศษเหลือ (g) ใช้สูตรดังนี้

$$d = (\overline{g_E} - \overline{g_C}) / S_y \; ; \; S_y = S_g / \sqrt{1 - r^2{}_{EC}}$$

2.3 การประมาณค่าขนาดอิทธิพล (d) กรณีที่มีตัวแปรตามเป็นตัวแปรต่อเนื่องและคะแนนเมื่อปรับแก้ตัวแปรร่วม (ay) ใช้สูตรดังนี้

$$d = (\overline{ay_E} - \overline{ay_C}) / S_y \; ; \; S_y = S_{ay} / \sqrt{1 - r^2{}_{EC}}$$

เมื่อ G คือ คะแนนการเปลี่ยนแปลง (Change score)

g คือ คะแนนการเปลี่ยนแปลงเศษเหลือ (Residual gain score)

ay คือ คะแนนปรับแก้ตัวร่วม (Score adjusted for covariate)

S_y คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ y

r คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

3. แบบแผนการวิจัยแบบแฟคตอเรียล (Factorial design)

3.1 การประมาณค่าขนาดอิทธิพล (d) ที่มีตัวแปรจัดกระทำสองตัวแปร คือ A และ B ใช้สูตรการประมาณค่าขนาดอิทธิพลสา หรับตัวแปรจัดกระทำ A มีสูตรดังนี้

$$d = (\overline{y}_E - \overline{y}_C) / S_y \; ; \; S_y = \sqrt{\frac{SS_B + SS_{AB} + SS_W}{df_B + df_{AB} + df_W}}$$

3.2 การประมาณค่าขนาดอิทธิพล (d) สำหรับตัวแปรจัดกระทำในแต่ละระดับมีสูตรดังนี้

$$d = (\overline{y}_E - \overline{y}_C) / S_y \; ; \; S_y = \sqrt{MS_W}$$

เมื่อ y_E , y_C คือ ค่าเฉลี่ยกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุม

S_y คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ y

SS คือ ผลรวมกาลังสองของคะแนนเบี่ยงเบน (Sum of square)

MS คือ ค่าเฉลี่ยผลรวมกาลังสองของคะแนนเบี่ยงเบน (Mean square)

df คือ องศาอิสระ (Degree of freedom)

A, B คือ ตัวแปรต้น หรือ ตัวแปรจัดกระทำ

4. แบบแผนการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (correlational design) คือ การประมาณค่าขนาดอิทธิพลในแผนแบบการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์เป็นการประมาณค่าขนาดอิทธิพลจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์โดยใช้สูตร ดังนี้

$$d = \sqrt{\frac{n-2}{n}}\left[\frac{2r}{\sqrt{1-r^2}}\right]$$

เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

R คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ภาคผนวก ข

สูตรคำนวณดัชนีมาตรฐาน: วิธีการประมาณค่าจากสถิติ

BANGKOK UNIVERSITY • FOUNDED 1962 •

สูตรคำนวณดัชนีมาตรฐาน: วิธีการประมาณค่าจากสถิติ

1. วิธีการประมาณค่าจากสถิติ เป็นการประมาณค่าขนาดอิทธิพล และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งหมายถึง ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบสมมุติฐานทางสถิติ ได้แก่ t, F, x^2 มีสูตรการประมาณค่า ดังนี้

1.1 การประมาณค่าจากสถิติ t ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกรณี คือ กรณีกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระต่อกันมีสูตรในการประมาณค่าขนาดอิทธิพล ดังนี้

$$d = t\sqrt{1/n_E + 1/n_C}$$

และกรณีกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระต่อกัน หรือมีความสัมพันธ์กัน มีสูตรในการประมาณค่าขนาดอิทธิพล ดังนี้

$$d = \sqrt{\frac{2}{n(1 - r_{EC}^2)}}$$

เมื่อ n_E คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มทดลอง

n_C คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มควบคุม

r คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

1.2 การประมาณค่าจากค่าสถิติ t

ในการทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เมื่อทราบค่าสถิติ t ในการทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งจะได้จากสูตรคำนวณ ดังนี้

$$d = \sqrt{\frac{n-2}{n}}\left[\frac{2r}{1-r^2}\right]$$

และสามารถประมาณค่าขนาดอิทธิพลจากสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ได้จากสูตร ดังนี้

$$r = \frac{1}{\sqrt{t^2 + n - 2}}$$

เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

r คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

1.3 การประมาณค่าจากสถิติไคสแควร์ (x^2) เมื่อทราบค่าสถิติไคสแควร์ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจะประมาณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ได้จากสูตรคำนวณดังนี้

$$r = \frac{x^2}{x^2 + n}$$

เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1.4 การประมาณค่าจากค่าสถิติ F

เมื่อมีการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน และทราบค่าสถิติ F แล้ว สามารถประมาณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ได้จากสูตรคำนวณ ดังนี้

$$r^2 = \frac{SS_B}{SS_T} = \frac{SS_B}{SS_w + SS_B} = \sqrt{\frac{F(df_B)}{F[(df_W) + (df_B)]}}$$

และสามารถประมาณค่าขนาดอิทธิพลได้จากสูตรคำนวณ ดังนี้

$$d = 2\sqrt{\frac{F(1 - r_{EC}^2)(df_w - 1)}{(n_E + n_C)(df_w - 2)}}$$

ในกรณีที่มีการวิเคราะห์ความแปรปรวนเมื่อมีกลุ่มตัวอย่าง k กลุ่ม สามารถคำนวณค่าอิทธิพล (d) ได้จากสูตรการประเมินค่าอิทธิพล ได้ดังนี้ (West & Wiratchai, 1984 อ้างใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2545)

$$d = 2f\sqrt{\frac{3(k-1)}{k+1}}$$

เมื่อ $f = \frac{n^2}{1 - n^2}$ และ $n^2 = \frac{F(k-1)}{F(k-1)+(n-k)}$

เมื่อ SS คือ ผลรวมกำลังสองของคะแนนเบี่ยงเบน (Sum of Square)

Df คือ องศาอิสระ (Degree of Freedom)

R คือ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

1.5 การประมาณค่าจากค่าสถิติ Mann-Whitney U

เมื่อมีการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสถิติ Mann-Whitney U จะประมาณค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์พ็อยท์ไบซีเรียล (r_{pb}) จากค่าสถิติ U ก่อน แล้วจึงประมาณค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน จากสูตรดังนี้

$$r = r_{pb}\frac{\sqrt{n_1 n_2}}{un}$$ เมื่อ u = Ordinate of Unit Normal Distribution

$$r_{\mathrm{pb}} = 1 - \frac{2U}{n_1 n_2}$$ เมื่อ U = ค่าสถิติ Mann-Whitney

เมื่อ r_{pb} คือ ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์พ็อยท์ไบซีเรียล (Point biserial correlation coefficient)

จากที่กล่าวไปข้างต้น เป็นสูตรการประมาณค่าขนาดอิทธิพล และค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์จากงานวิจัย ซึ่งต่อมา อุทุมพร จามรมาน(2531) ได้สรุปสูตรความสัมพันธ์ที่สามารถแปลงค่ากลับไปมาระหว่าค่าขนาดอิทธิพล และค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ ดังนี้ (ญาณิศร สมศิริ, 2555)

ค่าขนาดอิทธิพลแปลงเป็นค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์ใช้สูตร

$$r = d/\sqrt{d^2 + 4}$$

ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์แปลงเป็นค่าขนาดอิทธิพลใช้สูตร

$$d = 2r/\sqrt{1 - r^2}$$

เมื่อ d คือ ค่าขนาดอิทธิพล

r คือ ค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ภาคผนวก ค

ตารางแสดงจำนวนงานวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่ได้จากการสืบค้นได้

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ตารางแสดงจำนวนงานวิทยานิพนธ์ทั้งหมดที่ได้จากการสืบค้นได้

สาขาวิชา	จำนวนวิทยานิพนธ์ที่สืบค้นได้	จำนวนวิทยานิพนธ์ที่ไม่เข้าเกณฑ์	จำนวนวิทยานิพนธ์ที่เข้าเกณฑ์	ร้อยละของวิทยานิพนธ์ที่เข้าเกณฑ์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาไทย)	84	38	46	69.39
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ)	24	24	0	0
นิติศาสตรมหาบัณฑิต	21	21	0	0
สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต	15	15	0	0
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ภาษาไทย)	4	4	0	0
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ)	9	9	0	0
รวม(เล่ม)	157 เล่ม	111 เล่ม	46 เล่ม	
คิดเป็น(%)	100 %	70.70 %	29.30 %	

ภาคผนวก ง

ประเด็นที่ใช้ในการประเมิน 30 ด้าน

BANGKOK UNIVERSITY • FOUNDED 1962 •

องค์ประกอบที่ใช้ในการประเมิน 30 ด้าน

1. ชื่อเรื่องมีความชัดเจน น่าสนใจ
2. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ชัดเจน สอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย
3. ปัญหาวิจัย / วัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง ถูกต้องตามหลักการวิจัย
4. เหตุผลและความจำเป็นในการทำวิจัยมีความสมเหตุสมผล
5. สมมติฐานถูกต้อง ชัดเจน ตามหลักการวิจัย
6. กำหนดขอบเขตของการวิจัยได้อย่างเหมาะสม และมีเหตุผลรองรับ
7. ข้อตกลงเบื้องต้นของงานวิจัยเหมาะสมและมีเหตุผลรองรับ
8. การเขียนข้อจำกัดของงานวิจัยถูกต้องชัดเจนตามหลักการวิจัย
9. การนิยามศัพท์เฉพาะมีความชัดเจน
10. กรอบแนวคิดในการวิจัยมีความถูกต้องเหมาะสมชัดเจนตามหลักการวิจัย
11. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีปริมาณมากพอ
12. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับปัญหาหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัย
13. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีความทันสมัยและเชื่อมโยงกับงานวิจัยในอดีต
14. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและต่างประเทศมีสัดส่วนเหมาะสม
15. การออกแบบการวิจัยสอดคล้องกับปัญหาการวิจัย
16. ขั้นตอนการวิจัยมีความชัดเจน
17. กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสมกับการวิจัย
18. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างและเกณฑ์ในการคัดเลือกมีความถูกต้องเหมาะสม
19. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความเหมาะสม และมีคุณภาพ
20. กระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความชัดเจนและเหมาะสม
21. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องเหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล
22. ลักษณะการนำเสนอการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล
23. การแปลความหมายและสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องชัดเจน
24. ผลสรุปที่ได้มีความครอบคลุมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และปัญหาวิจัย
25. การอภิปรายผลสอดคล้องกับผลการวิจัยและครอบคลุมประเด็นปัญหาวิจัย

องค์ประกอบที่ใช้ในการประเมิน 30 ด้าน (ต่อ)

26. ข้อเสนอแนะมีความชัดเจน และเป็นประโยชน์
27. เป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ
28. เป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางวิชาการ
29. รูปแบบรายงานถูกต้องตามหลักวิชา
30. คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวม

BANGKOK UNIVERSITY • FOUNDED 1962 •

ภาคผนวก จ

เกณฑ์การให้คะแนนการประเมิน

BANGKOK UNIVERSITY • FOUNDED 1962 •

มาตรการประเมิน 5 ระดับ

0	หมายถึง	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ
1	หมายถึง	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ
2	หมายถึง	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง
3	หมายถึง	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง
4	หมายถึง	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับสูง

BANGKOK UNIVERSITY • FOUNDED 1962 •

ภาคผนวก ฉ
แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร

ประเภท	ทฤษฎี
การสื่อสารส่วนบุคคล	1. ทฤษฎีว่าด้วยการรับรู้ 2. ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง 3. ทฤษฎีว่าด้วยความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยม 4. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ 5. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ 6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
การสื่อสารระหว่างบุคคล	7. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม 7.1. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ 7.2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ 7.3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม 8. ทฤษฎี Elaboration Likelihood Theory 9. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้รับสาร
การสื่อสารกลุ่ม	10. ทฤษฎีหลักในการสื่อสารกลุ่มเล็ก 10.1. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม 10.2. แนวคิดทางสังคม 11. ทฤษฎีหลักในการสื่อสารกลุ่มใหญ่หรือการสื่อสารสาธารณะ 11.1. ความนึกคิดภายใน 11.2. เส้นทางสู่การโน้มน้าวใจ 11.3. แบบจำลองการโน้มน้าวและการครุ่นคิด 11.4. กลยุทธ์ของผู้ส่งสาร
การสื่อสารองค์กร	12. ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการและทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ 13. ทฤษฎีปัจจัยภูมิคุ้มกันและแรงจูงใจ 14. แนวคิดเชิงวัฒนธรรม 15. แนวคิดเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ 16. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์

(ตารางมีต่อ)

แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร (ต่อ)

ประเภท	ทฤษฎี
การสื่อสารมวลชน	17. ทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม 18. กลุ่มทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยและการแพร่กระจายข่าวสารสู่สังคม 18.1. ทฤษฎีการไหลสองทอดของข่าวสาร 18.2. ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม 18.3. ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน 19. กลุ่มทฤษฎีผลของการสื่อสารมวลชน 19.1. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรร 19.2. แนวคิดเกี่ยวกับการประมวลข่าวสารในการรับสาร 19.3. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องความไม่สอดคล้องทางความคิด 19.4. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชน
แนวคิดทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์และการสื่อสารอื่นๆ	20. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร 21. แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณา 22. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ 23. แนวคิดเกี่ยวกับวารสารและนิตยสาร 24. แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์ 25. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ 26. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 27. แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า 28. แนวคิดสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเตอร์เน็ต 29. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม 30. แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย 31. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์อภิมาน

ภาคผนวก ช

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย: แบบบันทึกคุณลักษณะงานวิทยานิพนธ์

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

รหัสงานวิจัย ☐☐☐

แบบบันทึกข้อมูลคุณลักษณะงานวิจัย

ชื่อผู้วิจัย .....ปีที่ทำวิจัยเสร็จ.....

ชื่อเรื่อง.....

.....

---

1. เพศผู้วิจัย ☐ (1)
2. ปีที่ทำงานวิจัยเสร็จ ☐☐ (2-3)
3. จำนวนหน้าทั้งหมด ☐☐☐ (4-6)
4. จำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก ☐☐☐ (7-9)
5. จำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมด ☐☐☐ (10-12)
6. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

    6.1 ประเภทของวัตถุประสงค์

    1) บรรยาย 2) ศึกษา ☐ (13) ☐(14)

    3) เปรียบเทียบ 4) หาความสัมพันธ์ ☐ (15) ☐ (16)

    5) อธิบาย 6) วิเคราะห์ ☐ (17) ☐ (18)

    7) สังเคราะห์ ☐ (19)

    6.2 จำนวนวัตถุประสงค์ ☐☐ (20-21)

7. แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์และการสื่อสาร

    7.1 แนวคิดหรือทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

    1) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับการโฆษณา ☐ (22)

    2) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ☐ (23)

    3) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับภาพยนตร์ ☐ (24)

    4) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับวารสารและนิตยสาร ☐ (25)

    5) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับการสื่อสาร ☐ (26)

    6) แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการสื่อสาร ☐ (27)

    7) แนวคิดเกี่ยวกับการรณรงค์ทางการสื่อสาร ☐ (28)

    8) แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการสื่อสาร ☐ (29)

    9) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมือง ☐ (30)

    10) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ☐ (31)

11) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ☐ (32)
12) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารทางอินเตอร์เน็ต ☐ (33)
13) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล ☐ (34)
14) แนวคิดเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคล ☐ (35)
15) แนวคิดเกี่ยวกับการเจรจาต่อรอง ☐ (36)
16) แนวคิดเกี่ยวกับการฟัง ☐ (37)
17) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับการสื่อสารกลุ่ม ☐ (38)
18) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร ☐ (39)
19) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน ☐ (40)
20) แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร ☐ (41)
21) แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรผู้รับสาร ☐ (42)
22) แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และอินเตอร์เน็ต ☐ (43)
23) แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ☐ (44)
24) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ☐ (45)
25) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับการเรียนรู้ ☐ (46)
26) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับการรับรู้ ☐ (47)
27) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับทัศนคติ ☐ (48)
28) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับความพึงพอใจ ☐ (49)
29) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับพฤติกรรม ☐ (50)
30) แนวคิดเกี่ยวกับการตอบสนองทางความคิด ☐ (51)
31) แนวคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาของผู้บริโภค ☐ (52)
32) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการสื่อสาร ☐ (53)
33) แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ ☐ (54)
34) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับแรงจูงใจ ☐ (55)
35) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ☐ (56)
36) แนวคิดทฤษเกี่ยวกับสิ่งเร้าและการตอบสนอง (S-R) ☐ (57)
37) แนวคิดทฤษฎีทางสังคม ☐ (58)
38) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ☐ (59)
39) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด ☐ (60)
40) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ ☐ (61)

41) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรม ☐ (62)

42) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ☐ (63)

43) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ☐ (64)

44) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า ☐ (65)

45) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม ☐ (66)

46) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย ☐ (67)

47) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์อภิมาน ☐ (68)

48) แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ☐ (69)

7.2 จำนวนทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ☐☐ (70-71)

8. จำนวนตัวแปรหลัก

8.1 ตัวแปรตาม ☐☐ (72-73)

8.2 ตัวแปรต้น ☐ (74)

9. สมมติฐานของการวิจัย

9.1 ประเภทของสมมติฐาน ☐ (75)

9.2 จำนวนของสมมติฐาน ☐☐ (76-77)

10. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

10.1 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ☐☐ (78-79)

10.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (รวม) ☐☐☐ (80-81)

11. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

11.1 จำนวนรวมของเครื่องมือ ☐☐ (82-83)

11.2 ประเภทเครื่องมือ

1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์ ☐ (84) ☐ (85)

3) แบบสำรวจ 4) แบบประเมิน ☐ (86) ☐ (87)

5) อื่นๆ ☐ (88)

11.3 คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม ☐ (89)

11.4 ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ☐☐☐ (90-92)

11.5 การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา ☐ (93)

11.6 วิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหา ☐ (94)

12. การวิเคราะห์ข้อมูล

12.1 จำนวนวิธีวิเคราะห์ ☐ (95)

12.2 การใช้คอมพิวเตอร์ ☐ (96)

12.3 ประเภทของการวิเคราะห์ข้อมูล

1) Descriptive Stat	2) t-test	☐ (97) ☐ (98)
3) Chi-square	4) Pearson Correlation	☐ (99) ☐ (100)
5) Multiple Regression	6) One-way ANOVA	☐ (101) ☐ (102)
7) ANOVA (two-way)	8) MANOVA	☐ (103) ☐ (104)
9) Factorial Analysis	10) อื่นๆ	☐ (105) ☐ (106)

13. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ☐ (107)

14. ตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา ☐ (108)

15. รูปแบบการอภิปรายผล

15.1 อภิปรายผลโดยอ้างอิงกับทฤษฎี ☐ (109)

15.2 อภิปรายผลโดยอ้างอิงกับงานวิจัย ☐ (110)

15.3 อภิปรายผลโดยอาศัยรูปแบบของผู้วิจัย ☐ (111)

คู่มือลงรหัสข้อมูลแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัย

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร (ภาษาอังกฤษ)	ค่าของตัวแปร	
1. เพศผู้วิจัย	SEX	0= ชาย	1= หญิง
2. ปีที่ทำงานวิจัยเสร็จ	YEAR	เลข 2 ตัวท้ายของปี พ.ศ.ที่ทำงานวิจัยเสร็จ	
3. จำนวนหน้าทั้งหมด	NUMPAGE T	001-999	
4. จำนวนหน้าไม่รวมภาคผนวก	NUMPAGE	001-999	
5. จำนวนเอกสารอ้างอิงทั้งหมด	NUMREF	001-999	
6. วัตถุประสงค์ของการวิจัย			
6.1 ประเภทวัตถุประสงค์	RESOBJ		
(1) บรรยาย		0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่	
(2) ศึกษา		0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่	
(3) เปรียบเทียบ		0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่	
(4) หาความสัมพันธ์		0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่	
(5) อธิบาย		0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่	
(6) วิเคราะห์		0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่	
(7) สังเคราะห์		0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่	
6.2 จำนวนวัตถุประสงค์	NUMOBJ	1 - 99	00 = ไม่ระบุจำนวน
7. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง			
7.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	THRORY	0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ (ดูรายละเอียด หน้าสุดท้าย)	
7.2 จำนวนแนวคิดทฤษฎี	NUMTHR	01 - 99	
8. จำนวนตัวแปรหลัก			
8.1 ตัวแปรตาม	NUMDV	1 – 9	
8.2 ตัวแปรต้น	NUMIV	01 – 99	00 = ไม่มีตัวแปรต้น/ไม่ระบุตัวแปรต้น

(ตารางมีต่อ)

คู่มือลงรหัสข้อมูลแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	ค่าของตัวแปร		
9. สมมติฐานของการวิจัย				
9.1 ประเภทสมมติฐาน	TYPEHYPO	0 = ไม่มีสมมุติฐาน 1 = มีทิศทาง	2 = ไม่มีทิศทาง 3 = มีและไม่มีทิศทาง	
9.2 จำนวนสมมติฐาน	NUMHYPO	01 – 99	00 = ไม่มีสมมติฐาน	
10. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย				
10.1 วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	METSELE	1= ประชากร 2= อย่างง่าย 3= เป็นระบบ 4= แบ่งชั้นภูมิ	5= แบ่งกลุ่ม 6= หลายขั้นตอน 7= แบบสะดวก 8= โควตา	9 = เจาะจง 10 = ลูกโซ่ 11= ไม่ระบุ
10.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	SUMSIZE	001-999		
11.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย				
11.1 คุณภาพเครื่องมือในภาพรวม	QUAINSU	0 = ไม่ระบุคุณภาพเครื่องมือ 1 = ต่ำมาก 2 = ต่ำ	3 = ปานกลาง 4 = ดี 5 = ดีมาก	
11.2 จำนวนรวม	NUMINS	01-99		
11.3 ประเภทเครื่องมือ (1) แบบสอบถาม (2) แบบสัมภาษณ์ (3) แบบสำรวจ (4) แบบประเมิน (5) แบบบันทึก	TYPEINSTU	0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่		
11.4 การตรวจสอบความตรงของเนื้อหา	CONVALI	0 = ไม่ระบุ 1 = การตรวจสอบเนื้อหาและภาษา 2 = การตรวจสอบเนื้อหาโครงสร้าง 3 = การตรวจสอบเนื้อหา ภาษา และโครงสร้าง		

(ตารางมีต่อ)

คู่มือลงรหัสข้อมูลแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	ค่าของตัวแปร	
11.5 วิธีตรวจสอบความตรงของเนื้อหา	VALID	0 = ไม่ระบุ 1 = อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบคนเดียว 2 = อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญทางด้านสถิติตรวจสอบ 3 = อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านตรวจสอบ 4 = อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ 5 = ผู้เชี่ยวชาญหลายคนที่มีความเชี่ยวชาญหลายด้านตรวจสอบ	
12.3 ประเภทการวิเคราะห์ข้อมูล (1) Descriptive (2) t-test (3) Chi-square (4) Pearson Correlation (5) Multiple Regression (6) One-Way ANOVA (7) Two-way ANOVA (8) MANOVA (9) Factorial Analysis (10) อื่นๆ	TYPEANA	 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่ 0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่	
13. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล	TIMECOLL	0 = ไม่ระบุ 1 = 1-30 วัน	2 = 31-60 วัน
14. ตำแหน่งทางวิชาการของอาจารย์ที่ปรึกษา	ACARANK	01 = ศาสตราจารย์ 02 = ร.ศ.	03 = ผ.ศ. 04 = อาจารย์

(ตารางมีต่อ)

คู่มือลงรหัสข้อมูลแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	ค่าของตัวแปร
15. รูปแบบการอภิปรายผล		
(1) อ้างอิงกับทฤษฎี	DISCUT	0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่
(2) อ้างอิงกับงานวิจัย		0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่
(3) อ้างอิงทั้งทฤษฎีและงานวิจัย		0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่
(4) อาศัยรูปแบบของผู้วิจัย		0 = ไม่ใช่, 1 = ใช่
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	THRORY	1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร 2. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม 3. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรผู้รับสาร 4. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร 5. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ 6. แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ 7. แนวคิดเกี่ยวกับการโฆษณา 8. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ 9. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม 10. แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ 11. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ 12. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล 13. แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ 14. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดแบบบูรณาการ 15. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม 16. แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ 17. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน

(ตารางมีต่อ)

คู่มือลงรหัสข้อมูลแบบบันทึกคุณลักษณะงานวิจัย (ต่อ)

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	ค่าของตัวแปร
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)	THRORY	18. แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์ 19. แนวคิดเกี่ยวกับวารสารและนิตยสาร 20. แนวคิดสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต 21. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ 22. แนวคิดทางสังคม 23. แนวคิดกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 24. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารองค์กร 25. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารกลุ่ม 26. แนวคิดเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ 27. แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า 28. แนวคิดเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม 29. แนวคิดเกี่ยวกับการสังเคราะห์งานวิจัย 30. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์อภิมาน 31. แนวคิดที่เกี่ยวข้องด้านอื่นๆ

ภาคผนวก ซ

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย: ประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

รหัสงานวิจัย □□□

แบบประเมินคุณภาพงานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการศึกษา

ชื่อผู้วิจัย .....ปีที่พิมพ์ .....

ชื่องานวิจัย .....

สถาบันที่ผลิตงานวิจัย.....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องที่ตรงกับลักษณะงานวิจัยที่ประเมิน

ข้อ	ลักษณะงานวิจัยที่ประเมิน	ผลการประเมิน				
		0	1	2	3	4
1	ชื่อเรื่องมีความชัดเจน น่าสนใจ					
2	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ชัดเจน สอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย					
3	ปัญหาวิจัย / วัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง ถูกต้องตามหลักการวิจัย					
4	เหตุผลและความจำเป็นในการทำวิจัยมีความสมเหตุสมผล					
5	สมมติฐานถูกต้อง ชัดเจน ตามหลักการวิจัย					
6	กำหนดขอบเขตของการวิจัยได้อย่างเหมาะสม และมีเหตุผลรองรับ					
7	ข้อตกลงเบื้องต้นของงานวิจัยเหมาะสมและมีเหตุผลรองรับ					
8	การเขียนข้อจำกัดของงานวิจัยถูกต้องชัดเจนตามหลักการวิจัย					
9	การนิยามศัพท์เฉพาะมีความชัดเจน					
10	กรอบแนวคิดในการวิจัยมีความถูกต้องเหมาะสมชัดแจนตามหลักการวิจัย					
11	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีปริมาณมากพอ					
12	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับปัญหาหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัย					
13	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีความทันสมัยและเชื่อมโยงกับงานวิจัยในอดีต					
14	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและต่างประเทศมีสัดส่วนเหมาะสม					
15	การออกแบบการวิจัยสอดคล้องกับปัญหาการวิจัย					
16	ขั้นตอนการวิจัยมีความชัดเจน					
17	กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสมกับการวิจัย					
18	การสุ่มกลุ่มตัวอย่างและเกณฑ์ในการคัดเลือกมีความถูกต้องเหมาะสม					
19	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความเหมาะสม และมีคุณภาพ					
20	กระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความชัดเจนและเหมาะสม					
21	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องเหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล					
22	ลักษณะการนำเสนอการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล					
23	การแปลความหมายและสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องชัดเจน					

(ตารางมีต่อ)

แบบประเมินคุณภาพงานวิจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพการศึกษา (ต่อ)

ข้อ	ลักษณะงานวิจัยที่ประเมิน	ผลการประเมิน				
		0	1	2	3	4
24	ผลสรุปที่ได้มีความครอบคลุมสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และปัญหาวิจัย					
25	การอภิปรายผลสอดคล้องกับผลการวิจัยและครอบคลุมประเด็นปัญหาวิจัย					
26	ข้อเสนอแนะมีความชัดเจน และเป็นประโยชน์					
27	เป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ					
28	เป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางวิชาการ					
29	รูปแบบรายงานถูกต้องตามหลักวิชา					
30	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวม					

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

เกณฑ์ประเมินคุณภาพสำหรับแบบประเมินคุณภาพงานวิจัย

1. ชื่อเรื่องมีความชัดเจน น่าสนใจ

0 หมายถึง ไม่ระบุถึงปัญหาวิจัย

1 หมายถึง ระบุถึงปัญหาวิจัย

2 หมายถึง ระบุถึงปัญหาวิจัย ระบุตัวแปรสำคัญที่ศึกษา ได้แก่ ตัวแปรต้นหรือตัวแปรตามอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น

3 หมายถึง ระบุถึงปัญหาวิจัย ระบุตัวแปรสำคัญที่ศึกษา ได้แก่ ตัวแปรต้นและตัวแปรตามครบถ้วน

4 หมายถึง ระบุถึงปัญหาวิจัย ระบุตัวแปรสำคัญที่ศึกษาได้แก่ ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม และระบุกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

2. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ชัดเจน สอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย

0 หมายถึง ไม่ระบุความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

1 หมายถึง ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำวิจัย ไม่ได้ระบุให้เห็นประเด็นของปัญหาและความสำคัญในการทำวิจัย

2 หมายถึง ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาแสดงให้เห็นถึงประเด็นปัญหาและความสำคัญในการทำวิจัย แต่ยังไม่ครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา เนื้อความไม่ต่อเนื่องสอดคล้อง

3 หมายถึง ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาแสดงให้เห็นถึงประเด็นปัญหาและความสำคัญในการทำวิจัย ครอบคลุมประเด็นที่ศึกษาโดยมีเหตุผลสนับสนุน เนื้อความไม่ต่อเนื่องสอดคล้อง

4 หมายถึง ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาแสดงให้เห็นถึงประเด็นปัญหาและความสำคัญในการทำวิจัย ครอบคลุมประเด็นที่ศึกษาโดยมีเหตุผลสนับสนุน ข้อความมีความกระชับ ตรงประเด็น

3. ปัญหาวิจัย / วัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง ถูกต้องตามหลักการวิจัย

0 หมายถึง ปัญหาวิจัย / วัตถุประสงค์ไม่ความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง

1 หมายถึง ปัญหาวิจัย / วัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง

2 หมายถึง ปัญหาวิจัย / วัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง ระบุตัวแปรสำคัญ

3 หมายถึง ปัญหาวิจัย / วัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง ระบุตัวแปรสำคัญที่ศึกษา ระบุวิธีที่ศึกษา

4 หมายถึง ปัญหาวิจัย / วัตถุประสงค์มีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง ระบุกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ระบุตัวแปรสำคัญที่ศึกษา ระบุวิธีที่ศึกษา

4. เหตุผลและความจำเป็นในการทำวิจัยมีความสมเหตุสมผล

0 หมายถึง เป็นเรื่องที่ไม่มีความจำเป็นในการทำวิจัย

1 หมายถึง เป็นเรื่องที่น่าสนใจเพียงอย่างเดียว

2 หมายถึง เป็นเรื่องที่ได้องค์ความรู้ใหม่ และไม่มีผู้ใดเคยทำมาก่อน

3 หมายถึง เป็นเรื่องที่น่าสนใจ ได้องค์ความรู้ใหม่ และไม่มีผู้ใดเคยทำมาก่อน

4 หมายถึง เป็นเรื่องที่น่าสนใจ ได้องค์ความรู้ใหม่ ไม่มีผู้ใดเคยทำมาก่อน และเป็นปัญหาเร่งด่วน

5. สมมติฐานถูกต้อง ชัดเจน ตามหลักการวิจัย

0 หมายถึง ไม่มีการระบุสมมติฐาน

1 หมายถึง มีการระบุสมมติฐาน แต่ไม่สอคล้องกับจุดมุ่งหมายการวิจัย ขอบเขตกว้างเกินไป ไม่มีประเด็นเฉพาะเพื่อคาดว่าจะเป็นคำตอบที่ได้จากการวิจัย

2 หมายถึง มีการระบุสมมติฐานที่สอคล้องกับจุดมุ่งหมายการวิจัย แต่ขอบเขตกว้างเกินไป ไม่มีประเด็นเฉพาะเพื่อคาดว่าจะเป็นคำตอบที่ได้จากการวิจัย หรือไม่สมเหตุผล ไม่ระบุที่มาของสมมติฐาน

3 หมายถึง สอคล้องกับจุดมุ่งหมายการวิจัย ขอบเขตพอเหมาะ สมเหตุสมผล มีที่มาของสมมติฐาน แต่ใช้ภาษาไม่กะทัดรัด อ่านเข้าใจยาก สมมติฐานบางข้ออ่านแล้วไม่สามารถระบุได้ว่าประเด็นที่คาดว่าจะเป็นคำตอบที่ได้จากการวิจัยคืออะไร

4 หมายถึง สอคล้องกับจุดมุ่งหมายการวิจัย สมเหตุสมผล มีคำถามเพียง 1 ประเด็นในแต่ละข้อ และคาดว่าจะเป็นคำตอบที่ได้จากการวิจัย ใช้ภาษากะทัดรัด อ่านเข้าใจง่าย

6. กำหนดขอบเขตของการวิจัยได้อย่างเหมาะสม และมีเหตุผลรองรับ

0 หมายถึง ไม่ระบุขอบเขตของการวิจัย

1 หมายถึง ระบุขอบเขตของการวิจัยเพียง 1 ส่วน คือ กรอบความคิดตามทฤษฎี

2 หมายถึง ระบุขอบเขตของการวิจัยครบ 2 ส่วน คือ กรอบความคิด ตามทฤษฎี ระบุว่าตัวแปรในการวิจัย ไม่ครบตามกรอบความคิด

3 หมายถึง ระบุขอบเขตของการวิจัยครบ 3 ส่วน คือ กรอบความคิดตามทฤษฎี ระบุว่าตัวแปรในการวิจัย ไม่ครบตามกรอบความคิด และอธิบายเหตุผลตัวแปรที่ไม่ครบตามกรอบความคิด

4 หมายถึง ระบุขอบเขตของการวิจัยครบ 4 ส่วน คือ กรอบความคิดตามทฤษฎี ระบุว่าตัวแปรในการวิจัย ไม่ครบตามกรอบความคิด อธิบายเหตุผลตัวแปรที่ไม่ครบตามกรอบความคิด และระบุว่าผลการวิจัยสามารถ generalize ได้ตามกรอบทฤษฎี

7. ข้อตกลงเบื้องต้นของงานวิจัยเหมาะสมและมีเหตุผลรองรับ

0 หมายถึง กำหนดข้อตกลงเบื้องต้นไม่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

1 หมายถึง ไม่มีการกำหนดข้อตกลงเบื้องต้น

2 หมายถึง กำหนดข้อตกลงเบื้องต้นของงานวิจัยไม่เหมาะสมแต่มีเหตุผลรองรับ

3 หมายถึง กำหนดข้อตกลงเบื้องต้นของงานวิจัยเหมาะสมแต่ไม่มีเหตุผลรองรับ

4 หมายถึง กำหนดข้อตกลงเบื้องต้นของงานวิจัยเหมาะสมและมีเหตุผลรองรับ

8. การเขียนข้อจำกัดของงานวิจัยถูกต้องชัดเจนตามหลักการวิจัย

0 หมายถึง เขียนข้อจำกัดไม่ถูกต้องตามหลักวิจัย

1 หมายถึง ไม่มีข้อจำกัดของงานวิจัย หรือไม่จำเป็นต้องมี

2 หมายถึง ระบุข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นในกระบวนการวิจัย

3 หมายถึง ระบุข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นในกระบวนการวิจัย และอธิบายถึงผลที่เกิด

4 หมายถึง ระบุข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นในกระบวนการวิจัย อธิบายถึงผลที่เกิด และให้ข้อเสนอแนะ

9. การนิยามศัพท์เฉพาะมีความชัดเจน

0 หมายถึง ไม่มีการนิยามศัพท์เฉพาะ

1 หมายถึง มีการนิยามเชิงทฤษฎี เฉพาะตัวแปรสำคัญที่ศึกษา แต่ไม่ครบถ้วน

2 หมายถึง มีการนิยามเชิงทฤษฎี เฉพาะตัวแปรสำคัญที่ศึกษาอย่างครบถ้วน

3 หมายถึง มีการนิยามเชิงทฤษฎี นิยามเชิงปฏิบัติการ เฉพาะตัวแปรสำคัญที่ศึกษา แต่ไม่ครบถ้วน

4 หมายถึง มีการนิยามเชิงทฤษฎี นิยามเชิงปฏิบัติการ เฉพาะตัวแปรสำคัญที่ศึกษาอย่างครบถ้วน

10. กรอบแนวคิดในการวิจัยมีความถูกต้องเหมาะสมชัดเจนตามหลักการวิจัย

0 หมายถึง ไม่ระบุกรอบแนวคิด ไม่แสดงทฤษฎีหรือหลักฐานที่มาของกรอบแนวคิด

1 หมายถึง แสดงทฤษฎีหรือหลักฐานที่มาของกรอบแนวคิดบางส่วน ไม่มีการสังเคราะห์สร้างกรอบแนวคิดให้เห็น

2 หมายถึง ระบุกรอบแนวคิดโดยแสดงทฤษฎีหรือหลักฐานที่มาของกรอบแนวคิดนั้น แต่ไม่มีการสังเคราะห์สร้างกรอบแนวคิดให้เห็น

3 หมายถึง ระบุกรอบแนวคิดโดยแสดงทฤษฎีหรือหลักฐานที่มาของกรอบแนวคิดนั้น มีการสังเคราะห์สรุปกรอบแนวคิด แต่ไม่มีแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือแสดง แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ไม่ถูกต้อง

4 หมายถึง ระบุกรอบแนวคิดโดยแสดงทฤษฎีหรือหลักฐานที่มาของกรอบแนวคิดนั้น มีการสังเคราะห์สรุปกรอบแนวคิด แสดงแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างถูกต้อง

11. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีปริมาณมากพอ

0 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีจำนวนไม่ถึง 5 เล่ม

1 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีจำนวน 5 – 10 เล่ม

2 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีจำนวน 10 – 15 เล่ม

3 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีจำนวน 15 – 20 เล่ม

4 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีจำนวนมากกว่า 20 เล่ม

12. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับปัญหาวิจัย

0 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไม่สอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย ใช้ประโยชน์ไม่ได้

1 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย แต่ให้รายละเอียดไม่ชัดเจน ไม่มีการสังเคราะห์สรุปเนื้อหา

2 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย ให้รายละเอียดชัดเจน มีการสังเคราะห์สรุปเนื้อหาในบางส่วน

3 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย ให้รายละเอียดชัดเจน มีการสังเคราะห์สรุปเนื้อหาทุกหัวข้อ แต่ข้อความไม่กระชับ

4 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย ให้รายละเอียดชัดเจน มีการสังเคราะห์สรุปเนื้อหาทุกหัวข้อ ข้อความกระชับเข้าใจง่าย

13. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีความทันสมัย

0 หมายถึง ไม่มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอายุระหว่าง 1 – 5 ปีเลย

1 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอายุระหว่าง 1 – 5 ปี มีปริมาณไม่ถึง 30%

2 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอายุระหว่าง 1 – 5 ปี มีปริมาณมากกว่า 30% แต่ไม่ถึง 50%

3 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอายุระหว่าง 1 – 5 ปี มีปริมาณมากกว่า 50% แต่ไม่ถึง 70%

4 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีอายุระหว่าง 1 – 5 ปี มีปริมาณ 70%

14. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและต่างประเทศมีสัดส่วนเหมาะสม

0 หมายถึง ไม่มีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ

1 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีเพียงภาษาไทยเท่านั้น

2 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีสัดส่วนเป็น ภาษาไทย 80% และภาษาต่างประเทศ 20%

3 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีสัดส่วนเป็น ภาษาไทย 50% และภาษาต่างประเทศ 50%

4 หมายถึง เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีสัดส่วนเป็น ภาษาไทย 30% และภาษาต่างประเทศ 70%

15. การออกแบบการวิจัยสอดคล้องกับปัญหาการวิจัย

0 หมายถึง การออกแบบวิจัยไม่สอดคล้องกับปัญหาวิจัย

1 หมายถึง การออกแบบวิจัยทำให้ได้แนวทางการวิจัยที่จะได้คำตอบตรงประเด็นกับปัญหาวิจัย

2 หมายถึง การออกแบบวิจัยทำให้ผลของการวิจัยมีความตรงภายในหรือความตรงภายนอกอย่างใดอย่างหนึ่ง

3 หมายถึง การออกแบบวิจัยทำให้ผลของการวิจัยมีความตรงภายใน และความตรงภายนอก

4 หมายถึง การออกแบบวิจัยทำให้ได้แนวทางการวิจัยที่จะได้คำตอบตรงประเด็นกับปัญหาวิจัย และทำให้ผลของการวิจัยมีความตรงภายใน และความตรงภายนอก

16. ขั้นตอนการวิจัยมีความชัดเจน

0 หมายถึง ไม่มีการอธิบายขั้นตอนการวิจัย

1 หมายถึง อธิบายวิธีการดำเนินการวิจัยไม่ครบถ้วน

2 หมายถึง อธิบายวิธีดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอนแต่ไม่ชัดเจนทุกขั้นตอน

3 หมายถึง อธิบายวิธีดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอนอย่างเหมาะสมและชัดเจนทุกขั้นตอน

4 หมายถึง อธิบายวิธีดำเนินการวิจัยเป็นขั้นตอนอย่างเหมาะสมและชัดเจนทุกขั้นตอน รวมทั้งมีแผนภูมิแสดงขั้นตอนการดำเนินงาน

17. กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสมกับการวิจัย

0 หมายถึง ไม่ระบุกลุ่มประชากร และไม่ระบุกลุ่มตัวอย่าง

1 หมายถึง ไม่ระบุกลุ่มประชากร แต่ระบุกลุ่มตัวอย่าง

2 หมายถึง ระบุกลุ่มประชากร ระบุกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่มีการสุ่มตัวอย่าง

3 หมายถึง ระบุกลุ่มประชากร ระบุกลุ่มตัวอย่าง ระบุการสุ่มตัวอย่าง แต่ให้รายละเอียดในการสุ่มตัวอย่างไม่ชัดเจน

4 หมายถึง ระบุกลุ่มประชากร ระบุกลุ่มตัวอย่าง ระบุการสุ่มตัวอย่าง ให้รายละเอียดในการสุ่มตัวอย่างชัดเจน อ่านเข้าใจง่าย

18. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างและเกณฑ์ในการคัดเลือกมีความถูกต้องเหมาะสม

0 หมายถึง ไม่มีการระบุการได้มาของกลุ่มตัวอย่าง

1 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการเลือกอย่างเจาะจง

2 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น

3 หมายถึง เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ซึ่งได้มาจากการสุ่มโดยอาศัยความน่าจะเป็น

4 หมายถึง เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ซึ่งได้มาจากการสุ่มโดยอาศัยความน่าจะเป็นและมีที่มาของการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

19. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีคุณภาพ

0 หมายถึง ไม่ระบุที่มาของเครื่องมือวิจัย

1 หมายถึง ระบุที่มา/วิธีสร้างเครื่องมือ แต่ไม่บอกคุณภาพ หรือวิธีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

2 หมายถึง ระบุที่มา/วิธีสร้างเครื่องมืออย่างชัดเจนเป็นขั้นตอน บอกวิธีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือบางส่วน แต่ไม่มีการทดลองนำไปใช้งาน

3 หมายถึง ระบุที่มา/วิธีสร้างเครื่องมืออย่างชัดเจนเป็นขั้นตอน บอกวิธีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือบางส่วน มีการทดลองนำไปใช้งาน แต่ไม่บอกการปรับปรุงเครื่องมือ

4 หมายถึง ระบุที่มา/วิธีสร้างเครื่องมืออย่างชัดเจนเป็นขั้นตอน บอกวิธีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือบางส่วน มีการทดลองนำไปใช้งาน และมีการปรับปรุงเครื่องมือ

20. กระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความชัดเจนและเหมาะสม

0 หมายถึง ไม่มีการระบุถึงกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล

1 หมายถึง ระบุถึงกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลบางส่วน ไม่ระบุเป็นขั้นตอน อ่านแล้วสับสน

2 หมายถึง ระบุถึงกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอน แต่วิธีการให้รายละเอียดไม่ชัดเจน

3 หมายถึง ระบุถึงกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอน วิธีการเก็บข้อมูลเหมาะสม ข้อความไม่กระชับ เยิ่นเย้อ อ่านเข้าใจยาก

4 หมายถึง ระบุถึงกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอน วิธีการเก็บข้อมูลเหมาะสมใช้ข้อความกระชับ อ่านเข้าใจง่าย

21. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องเหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล

0 หมายถึง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์/ปัญหาวิจัย

1 หมายถึง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์/ปัญหาวิจัยบางส่วน

2 หมายถึง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์/ปัญหาวิจัย และระดับข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์

3 หมายถึง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์/ปัญหาวิจัย และระดับข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ มีการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นที่ใช้

4 หมายถึง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับวัตถุประสงค์/ปัญหาวิจัย และระดับข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ มีการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นที่ใช้ และปรับแก้ข้อมูลให้สามารถนำมาใช้ในการทดสอบสมมติฐานได้

22. ลักษณะการนำเสนอการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล

0 หมายถึง ไม่มีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1 หมายถึง มีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ควรจะนำเสนอ แต่ไม่ครบถ้วน

2 หมายถึง มีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ควรจะนำเสนออย่างครบถ้วน แต่วิธีนำเสนอไม่ เหมาะสม เช่น แสดงเป็นข้อความ อ่านเข้าใจยาก

3 หมายถึง มีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ควรจะนำเสนออย่างครบถ้วน วิธีนำเสนอเหมาะสม เช่น นำเสนอในรูปตาราง แต่ไม่มีการอธิบายผลการวิเคราะห์

4 หมายถึง มีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ควรจะนำเสนออย่างครบถ้วน วิธีนำเสนอเหมาะสม เช่น นำเสนอในรูปตาราง มีการอธิบายผลการวิเคราะห์

23. การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องชัดเจน

0 หมายถึง ไม่มีการแปลความหมายหรือสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1 หมายถึง มีการแปลความหมายหรือสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นบางส่วนเท่านั้น และไม่ถูกต้องตามผลวิเคราะห์ที่ได้

2 หมายถึง มีการแปลความหมายหรือสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นบางส่วนเท่านั้น และถูกต้องสอดคล้องผลวิเคราะห์ที่ได้

23. การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องชัดเจน (ต่อ)

3 หมายถึง มีการแปลความหมายหรือสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลครบทุกส่วน แต่บางส่วนไม่ถูกต้องไม่สอดคล้องกับผลวิเคราะห์ที่ได้

4 หมายถึง มีการแปลความหมายหรือสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลครบทุกส่วน และถูกต้องสอดคล้องกับผลวิเคราะห์ที่ได้

24. สรุปผลการวิจัยอย่างถูกต้อง

0 หมายถึง ไม่มีการสรุปผลการวิจัย

1 หมายถึง สรุปผลวิจัยไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย หรือข้อมูลที่ได้จากการค้นพบ

2 หมายถึง สรุปผลวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยบางส่วนไม่ครอบคลุมทุกหัวข้อ

3 หมายถึง สรุปผลวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ตอบปัญหาวิจัยครอบคลุมทุกหัวข้อ แต่ข้อความไม่กระชับ อ่านเข้าใจยาก ไม่เข้าใจถึงประเด็นที่ชัดเจนที่ต้องการสรุปในหัวข้อนั้นๆ

4 หมายถึง สรุปผลวิจัยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ตอบปัญหาวิจัยครอบคลุมทุกหัวข้อใช้ข้อความกระชับ อ่านเข้าใจง่าย อ่านแล้วเข้าใจถึงประเด็นที่ต้องการสรุปในหัวข้อนั้นๆอย่างชัดเจน

25. มีการอภิปรายผลการวิจัยที่ได้กับผลงานวิจัยในอดีต

0 หมายถึง ไม่มีการอภิปรายผลการวิจัยที่ได้กับผลงานวิจัยในอดีต

1 หมายถึง มีการอภิปรายผลการวิจัยแต่เป็นข้อคิดเห็นส่วนตัวของผู้วิจัย ไม่ครอบคลุมทุกประเด็นปัญหาวิจัย

2 หมายถึง มีการอภิปรายผลการวิจัยที่ได้กับผลงานวิจัยในอดีตอย่างไม่สมเหตุผลไม่ครอบคลุมทุกประเด็นปัญหาวิจัย

4 หมายถึง มีการอภิปรายผลการวิจัยที่ได้กับผลงานวิจัยในอดีตอย่างสมเหตุผล และครอบคลุมทุกประเด็นปัญหาวิจัย

26. ข้อเสนอแนะมีความชัดเจน และเป็นประโยชน์

0 หมายถึง ไม่มีการเขียนข้อเสนอแนะ

1 หมายถึง มีข้อเสนอแนะแต่ไม่เกี่ยวกับเรื่องที่ทำวิจัย

2 หมายถึง มีข้อเสนอแนะถึงการนำผลการวิจัยไปใช้ ไม่สมเหตุผล เป็นข้อคิดเห็นส่วนตัวของผู้วิจัย ไม่ได้มาจากการวิจัย

3 หมายถึง มีข้อเสนอแนะถึงการนำผลการวิจัยไปใช้ มาจากผลการวิจัย มีเหตุผลรองรับเพียงพอ

4 หมายถึง มีข้อเสนอแนะถึงการนำผลการวิจัยไปใช้ มาจากผลการวิจัย มีเหตุผลรองรับเพียงพอ สามารถมองเห็นแนวทางนำไปใช้ประโยชน์

27. เป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางปฏิบัติ

0 หมายถึง ผลการวิจัยไม่สร้างองค์ความรู้ใหม่

1 หมายถึง ผลการวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เฉพาะในระดับกลุ่มบุคคล

2 หมายถึง ผลการวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เฉพาะในระดับหน่วยงาน

3 หมายถึง ผลการวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เฉพาะในระดับจังหวัด

4 หมายถึง ผลการวิจัยสร้างองค์ความรู้ใหม่ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เฉพาะในระดับประเทศ

28. เป็นงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางวิชาการ

0 หมายถึง มีประโยชน์ในด้านวิชาการเฉพาะตัววิจัย

1 หมายถึง มีประโยชน์ในด้านวิชาการระดับการประยุกต์ทฤษฎีเพื่อนำไปใช้

2 หมายถึง มีประโยชน์ในด้านวิชาการระดับที่ได้องค์ความรู้ใหม่

3 หมายถึง มีประโยชน์ในด้านวิชาการระดับที่ได้องค์ความรู้ใหม่ ปรับปรุงทฤษฎีและแนวคิด

4 หมายถึง มีประโยชน์ในด้านวิชาการระดับที่ได้องค์ความรู้ใหม่ ปรับปรุงทฤษฎีและแนวคิดรวมไปถึงการประยุกต์ทฤษฎีเพื่อนำไปใช้

29. รูปแบบรายงานถูกต้องตามหลักวิชา

0 หมายถึง รูปแบบรายงานถูกต้องเพียง 1 ส่วน คือ บทนำ

1 หมายถึง รูปแบบรายงานถูกต้อง 2 ส่วน คือ บทนำ และรายงานเอกสารที่เกี่ยวข้อง

2 หมายถึง รูปแบบรายงานถูกต้อง 3 ส่วน คือ บทนำ รายงานเอกสารที่เกี่ยวข้อง และวิธีการวิจัย

3 หมายถึง รูปแบบรายงานถูกต้อง 3 ส่วน คือ บทนำ รายงานเอกสารที่เกี่ยวข้อง วิธีการวิจัย และผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4 หมายถึง รูปแบบรายงานถูกต้อง 3 ส่วน คือ บทนำ รายงานเอกสารที่เกี่ยวข้อง วิธีการวิจัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และสรุปและอภิปรายผล

30. คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวม

0 หมายถึง คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ

1 หมายถึง คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ

2 หมายถึง คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

3 หมายถึง คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง

4 หมายถึง คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับสูง

ภาคผนวก ฌ

สูตรการคำนวณค่าความสอดคล้องของเครื่องมือที่ใช้

BANGKOK UNIVERSITY • FOUNDED 1962 •

สูตรในการคำนวณค่าความสอดคล้องในการประเมินคุณลักษณะงานวิจัยและคุณภาพงานวิจัย

สูตรในการคำนวณค่าความสอดคล้องในการประเมินคุณลักษณะงานวิจัยและคุณภาพงานวิจัย

$$\text{ค่าความสอดคล้องในการประเมินคุณลักษณะงานวิจัย (Agreement Rate: AR)} = \frac{\text{จำนวนข้อในการประเมินคุณลักษณะงานวิจัยที่สอดคล้องกัน}}{\text{จำนวนข้อของการประเมินคุณลักษณะงานวิจัยทั้งหมด}}$$

เกณฑ์ในการแปลผลค่าความสอดคล้องในการประเมินคุณลักษณะงานวิจัย

AR มีค่าน้อยกว่า 0.40	หมายถึง	การประเมินคุณลักษณะงานวิจัยมีความไม่สอดคล้องกัน
AR มีค่า 0.40 - 0.59	หมายถึง	การประเมินคุณลักษณะงานวิจัยมีความสอดคล้องกันในระดับปานกลาง
AR มีค่า 0.60 - 0.74	หมายถึง	การประเมินคุณลักษณะงานวิจัยมีความสอดคล้องกันในระดับดี
AR มีค่ามากกว่า 0.75	หมายถึง	การประเมินคุณลักษณะงานวิจัยมีความสอดคล้องกันในระดับดีมาก

ภาคผนวก ญ
เกณฑ์การให้คะแนนการประเมินคุณภาพของวิทยานิพนธ์
และการแปลผลการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์

BANGKOK UNIVERSITY
FOUNDED 1962

เกณฑ์การให้คะแนนการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์

0	หมายถึง	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับต่ำ
1	หมายถึง	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ
2	หมายถึง	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง
3	หมายถึง	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง
4	หมายถึง	คุณภาพรายงานวิจัยในภาพรวมอยู่ในระดับสูง

เกณฑ์ในการแปลผลการประเมินคุณภาพงานวิทยานิพนธ์

คะแนนประเมินอยู่ระหว่าง 3.21 - 4.00	หมายถึง	คุณภาพดีมาก
คะแนนประเมินอยู่ระหว่าง 2.41 - 3.20	หมายถึง	คุณภาพดี
คะแนนประเมินอยู่ระหว่าง 1.61 - 2.40	หมายถึง	คุณภาพปานกลาง
คะแนนประเมินอยู่ระหว่าง 0.81 – 1.60	หมายถึง	คุณภาพค่อนข้างต่ำ
คะแนนประเมินต่ำกว่า 0.80	หมายถึง	คุณภาพต่ำ

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ภาคผนวก ฎ
โครงสร้างของแบบประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์

BANGKOK UNIVERSITY
FOUNDED 1962

โครงสร้างของแบบประเมินคุณภาพของงานวิทยานิพนธ์

เนื้อหาสาระที่ต้องประเมิน	จำนวนข้อ	ร้อยละ	ข้อที่
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย	10	33.33	1-10
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4	13.33	11-14
3. วิธีดำเนินงานวิจัย			
3.1 ระเบียบวิธีวิจัย	2	6.67	15-16
3.2 เกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่าง	2	6.67	17-18
3.3 เครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล	2	6.67	19-20
3.4 การออกแบบการวิเคราะห์ข้อมูล	1	3.33	21
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	2	6.67	22-23
5. การสรุปและอภิปรายผล	3	10.00	24-26
6. การนำเสนอรายงานผลการวิจัย	3	10.00	27-29
7. คุณภาพงานวิจัยโดยรวม	1	3.33	30
รวม	30	100	

ภาคผนวก ฏ
รายชื่อวิทยานิพนธ์ที่นำมาสังเคราะห์

BANGKOK UNIVERSITY • FOUNDED 1962 •

รายชื่อวิทยานิพนธ์ที่ใช้ในการสังเคราะห์

กรณิการ์ รักธรรม. (2543). *การสำรวจการรับรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์การโฆษณาเปรียบเทียบ: ศึกษาเฉพาะกรณีโฆษณาเปรียบเทียบระหว่างบริษัทโทเทิ่ลแอคเซสคอมมิวนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) และบริษัทแอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กรรณิการ์ อุดมมงคล. (2555). *การเปิดรับและทัศนคติของผู้หญิงที่มีต่อบทความเชิงโฆษณาในนิตยสารผู้หญิง.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

กิตติสุดา เอตัญญะกุล. (2542). *ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้บริหารที่มีต่อบริษัทที่ปรึกษาด้านการประชาสัมพันธ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เกศราภรณ์ สืบสุรีย์กุล. (2544). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการรณรงค์ลดมลพิษทางอากาศของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ขจรจิต บุนนาค. (2542). *การประเมินประสิทธิผลโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์: ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัท รีเจนซี่ บรั่นดีไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จุฑามาศ ลิ้มไพบูลย์. (2542). *การศึกษาวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์การตลาดของนักประชาสัมพันธ์องค์การธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จุฬาลักษณ์ ประจะเนย์. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัว รูปแบบการดำเนินชีวิตรูปแบบความผูกพันภายในครอบครัว กับพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์และการติดเกมของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชัยยุทธ เลาหชนะกูร. (2540). *ปัจจัยที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการวิทยุทางสถานี 98.0 กรี๊ด เอฟ.เอ็ม.สไมล์ เรดิโอ ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชุลีพร กงชัย. (2545). *การศึกษาเปรียบเทียบการรับรู้ที่มีต่อภาพยนตร์โฆษณาแนวอารมณ์ขันที่มีเนื้อหาทางไสยศาสตร์กับภาพยนตร์โฆษณาที่ไม่มีเนื้อหาทางไสยศาสตร์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ญาณิศร สมศิริ. (2555). *การวิเคราะห์อภิมานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในงานสื่อสาร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ญาณี สุทินเผือก. (2544). *การรับรู้และทัศนคติต่อภาพลักษณ์ของพรรคความหวังใหม่เปรียบเทียบระหว่างประชาชนในกรุงเทพมหานครและประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ: สำรวจในช่วงการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2544*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณฆศร ไทยสามเสน. (2550). *ลักษณะทางผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจ และพฤติกรรมการอ่านนิตยสาร "ชีวจิต" ของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐแก้ว ข้องรอด. (2537). *บทบาทของการโฆษณาในการสนับสนุนสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด กรณีศึกษา: ปูนซีเมนต์ตราทีพีไอ*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ดวงกมล เกษมสวัสดิ์. (2546). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองกับความคาดหวัง ภาพลักษณ์พรรคการเมืองของนักศึกษาปริญญาตรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ดวงสมร อัตนโถ. (2544). *ผลที่เกิดจากการโฆษณาเสื้อผ้าแฟชั่นในนิตยสารที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของวัยรุ่นสตรี ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในโรงเรียนสายสามัญเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ดารานิตย์ คงเทียม. (2556). *การแสดงตัวตนของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์บนเว็บไซต์ยูทูบดอทคอม.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ตรัยสุดา เลี้ยงไพศาล. (2543). *การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี 2000*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธีรภัทร์ ศุจิจันทรรัตน์. (2555). *การเปิดรับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ความไว้วางใจ และคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค กรณีศึกษาตราสินค้าแอปเปิล.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

นุชจรี ก้อนนาค. (2555). *การรับรู้กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 กับมิติความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับประชาชน*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปรางสมร แก้วเนียม. (2545). *ประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความตื่นตัวในการปกป้องสิทธิผู้บริโภคของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ปัทมา วงษ์วนิชกิจ. (2550*). การศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของโรงแรมที่มีผลต่อความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของลูกค้าในโรงแรมเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เปรมกมล เปลี่ยนเที่ยงธรรม. (2546). *การรับรู้และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ในข่าวสารการให้บริการโทรศัพท์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พจนา สัจจาศิลป์. (2539). *ทัศนคติของผู้บริโภคต่อสิ่งเร้าใจทางเพศในงานโฆษณาทางสื่อนิตยสาร: กรณีศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ ปีการศึกษา 2539 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พิชญ์สินี พงษ์จงมิตร. (2545). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และพฤติกรรมทางเพศของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ฟิสิกส์ บัวกนก. (2546). *ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครต่อการใช้ผู้ประกาศข่าวที่มีชื่อเสียงนำเสนอสินค้าเพื่อการโฆษณาทางโทรทัศน์.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ภคิน ส่องพราย. (2553). *การแสวงหาข่าวสาร และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อผิวขาว กลูตาไธโอน ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ภวรัญชน์รัตน์ ภูวิจิตร์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมลดโลกร้อนของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

มนัสนันท์ เธียรสว่างคุณ. (2546). *การเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการใช้ประโยชน์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการของผู้บริโภครถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

มะลิวัลย์ ธนชาติบรรจง. (2539). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร 2 มิถุนายน 2539 ของผู้มีอายุ 18-19 ปี.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

มัลลิกา ไกรสนธิ์. (2546). *การศึกษาความสัมพันธ์ของทักษะการตั้งใจฟังกับโอกาสประสบความสำเร็จในการเจรจาต่อรองของเจ้าหน้าที่ตำรวจ กรณีการพยายามฆ่าตัวตาย.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ยุภาพร ขจรโกศล. (2556). *การนำเสนอตัวแบบด้านบวกของการทำศัลยกรรมเสริมความงามในนิตยสารแฟชั่นและบันเทิงไทยและการตอบสนองของวัยรุ่นสตรีไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รณพร แววภักดี. (2542). *ภาพลักษณ์กรุงเทพมหานครในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปี ค.ศ. 1999*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รวิน ไชยโย. (2548). *อิทธิพลของลักษณะทางประชากรศาสตร์ การรับรู้ ความสนใจ ความรู้และส่วนประสมการตลาดที่มีต่อทัศนคติและการยอมรับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รัชนันทน์ คัยนันทน์. (2542). *การรับรู้ของวัยรุ่นต่อภาพยนตร์โฆษณาแนวอารมณ์ขันทางโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ลัดดา โปษยะพิสิษฐ์. (2544). *ความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารทางเศรษฐกิจที่ได้รับจากสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วสุธีร์ มีสุข. (2546). *ความพึงพอใจในลักษณะภาษาท่าทางของคู่สื่อสารระหว่างหัวหน้างานและผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจกองถ่ายละครโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วัลลภา เฉลิมวงศาเวช. (2540). *การสำรวจความคิดเห็น ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วิชชุดา ถิรบวรสกุล. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจรกับภาพลักษณ์ความพึงพอใจและการยอมรับที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศรีวิภา แสงเรือง. (2549). *ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสื่อสาร ความพึงพอใจในการสื่อสาร ความพึงพอใจในการทำงาน และความยึดมั่นผูกพันต่อองค์การของเจ้าหน้าที่ตำรวจนครบาล*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศาวดี วิสารทวิศิษฏ์. (2556). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อธรรมะกับความรู้เกี่ยวกับหลักคำสอนความเชื่อในพระพุทธศาสนา และการกระทำความดีตามแนวพระพุทธศาสนาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิริรังษี สุดโต. (2540). *การศึกษาทัศนคติของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยเอกชนที่มีต่อภาพยนตร์ไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศุทธินี บุญบงการ. (2539). *ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในบริษัทวิทยุการบินแห่งประเทศไทย: การประยุกต์แนวทางการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และการสนองตอบความพึงพอใจ.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สมศักดิ์ โอภาสเจริญกิจ. (2540). *การพึ่งพาและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการจราจรของผู้ขับขี่ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สาวิตรี ชีวะสาธน์. (2547). *การเปิดรับ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโฆษณา ความคิดเห็นและพฤติกรรมของผู้บริโภคสินค้าต่อโฆษณาทางโทรทัศน์ในสภาวะการแข่งขัน: ศึกษากรณีการโฆษณา เครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ของเอไอเอสและดีแทค.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุชัย เจียระสุพัฒน์. (2544). *การสำรวจทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนต่อภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีผู้สูงอายุปรากฏอยู่*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุดใจ คุ้มผาติกุล. (2555). *ระดับการเปิดรับการสื่อสารการตลาดของภาพยนตร์ไทย และการชมภาพยนตร์ไทยในโรงภาพยนตร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ประวัติเจ้าของผลงาน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวภัทริน สันทศนะสุวรรณ
อีเมล	Pattarin.sant@gmail.com
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2555 นิเทศศาสตร์ สาขาวิชาการโฆษณา (การสื่อสารเชิงกลยุทธ์) (เกียรตินิยมอันดับ 1) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
	พ.ศ. 2551 มัธยมศึกษาตอนปลาย สายคณิตศาสตร์-ภาษาอังกฤษ โรงเรียนศรียานุสรณ์ จังหวัดจันทบุรี

BANGKOK UNIVERSITY • FOUNDED 1962 •

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 27 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2559

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) [redacted] อยู่บ้านเลขที่ 43/118
ซอย ตรีรัตน์ 9 ถนน ตรีรัตน์ ตำบล/แขวง จันทนิมิต
อำเภอ/เขต เมือง จังหวัด จันทบุรี รหัสไปรษณีย์ 22000
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7550300888
ระดับปริญญา ☐ ตรี ☑ โท ☐ เอก
หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ นิเทศศาสตร์
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า **"ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ"** ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า **"ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ"** อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ การวิเคราะห์อภิมานงานวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้เรียกว่า **"สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์"**)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนางาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ[redacted]ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

([redacted])

ลงชื่อ[redacted]ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(อาจารย์อัฏฐิภา จุลพิสิฐ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ[redacted]พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กฤติกา ลิ้มลาวัลย์)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ[redacted]พยาน

(ดร.ปฐมา สตะเวทิน)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร