

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งเป็นการวิจัยที่ใช้ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เข้าใจประเด็นการวิจัยในมิติต่าง ๆ ได้อย่างครอบคลุมและลึกซึ้ง ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย ไว้ดังนี้

ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานที่เป็นการวิจัยทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ

1.1 วัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับขั้นตอน กลยุทธ์ และมุมมองของผู้เกี่ยวข้องต่อการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในบริบทของมณฑลเหอหนาน

1.2 วิธีการ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ การวิเคราะห์เอกสาร

1.3 ผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย หน่วยงานรัฐ นักวิชาการ ผู้ใช้สื่อ

1.4 เครื่องมือในการวิเคราะห์ ได้แก่ SWOT, โมเดล Lasswell, โมเดลวงจรชีวิตความคิดเห็น

1.5 ลักษณะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจและอธิบายปรากฏการณ์ (Exploratory and Descriptive Qualitative Research)

2. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของประชาชนต่อการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อดิจิทัล

1.2 วิธีการ แจกแบบสอบถาม จำนวน 500 ชุด

1.3 เครื่องมือในการวิเคราะห์ ได้แก่ SPSS การถดถอยพหุ การจัดกลุ่ม (K – means)

1.4 ลักษณะเป็นการวิจัยเชิงอธิบาย (Descriptive Research) และเชิงสัมพันธ์ (Correlational Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ในการศึกษาการจัดการการสื่อสารนโยบายสาธารณะของมณฑลเหอหนานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งใช้ทั้งวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและวิธีการเก็บข้อมูลของแต่ละแบบ ดังนี้

ประชากรในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือ ประชาชนชาวมณฑลเหอหนานที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีประมาณ 42 ล้านคน เนื่องจากงานวิจัยมุ่งสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมการรับข้อมูลนโยบายผ่านสื่อออนไลน์ ประชากรกลุ่มนี้จึงครอบคลุมผู้ใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัลหลักของจีน เช่น WeChat, Weibo, Douyin ในพื้นที่เหอหนาน

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรเป้าหมายคือ กลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารนโยบายสาธารณะของมณฑลเหอหนาน ซึ่งประกอบด้วยหลากหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารนโยบาย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐทุกระดับ เจ้าหน้าที่รัฐที่ดูแลการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (ทั้งผู้เผยแพร่ข้อมูลและผู้ร่วมแสดงความคิดเห็น) ประชาชนทั่วไปในบริบทต่าง ๆ ได้แก่ ประชาชนในเขตเมือง / ชนบท ผู้นำชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในนโยบาย ตลอดจน นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ด้านการสื่อสารมวลชน การบริหารภาครัฐและนโยบายสาธารณะ กลุ่มประชากรเชิงคุณภาพนี้ถูกกำหนดให้ครอบคลุมมุมมองทั้งจากผู้ส่งสาร (ภาครัฐ) ผู้รับสาร ได้แก่ ประชาชนหรือผู้ใช้สื่อ และผู้วิเคราะห์ / สังเกตการณ์ ได้แก่ สื่อมวลชนและนักวิชาการ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่รอบด้านสอดคล้องกับทุกมิติของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Sample)

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยอ้างอิงการคำนวณจากสูตร Cochran เพื่อประชากรขนาดใหญ่ (ประมาณ 42 ล้านคน) ภายใต้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จากนั้นเพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งสิ้น 500 ชุด และนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ทางสถิติ การใช้กลุ่มตัวอย่างขนาด 500 คนนี้ทำให้ผลการสำรวจมีความเที่ยงตรงสูงขึ้นและรองรับการวิเคราะห์เชิงอนุมานได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น

วิธีการคัดเลือกตัวอย่างเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi – stage sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความครอบคลุมและเป็นตัวแทนของประชากร ดังนี้

1) ขั้นแรกใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) โดยแบ่งประชากรออกเป็นชั้นย่อยตามภูมิภาคและอาชีพ ภายในมณฑลเหอหนาน ทั้งนี้เพื่อให้มั่นใจว่าได้ตัวอย่างประชากรจากพื้นที่ที่หลากหลายและจากกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน (เช่น ข้าราชการ พนักงานเอกชน นักศึกษา เกษตรกร ฯลฯ) ซึ่งอาจมีพฤติกรรมการใช้สื่อและการรับรู้นโยบายแตกต่างกัน การแบ่งชั้นเช่นนี้ช่วยเพิ่มความเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง เพราะแต่ละส่วนย่อยของประชากรจะถูกรวมไว้ในการสำรวจ

2) ขั้นต่อมาในแต่ละชั้นย่อย ใช้การสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อเลือกผู้ตอบแบบสอบถามอย่างเป็นธรรมโดยไม่มีอคติ จากประชากรในชั้นนั้น ๆ ทุกคนในชั้นย่อยมีโอกาสเท่าเทียมกันที่จะถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง วิธีนี้ช่วยลดความลำเอียงในการเลือกตัวอย่างภายในแต่ละกลุ่มย่อย และทำให้ได้ชุดข้อมูลที่เป็นสุ่มแท้จริงสำหรับการวิเคราะห์เชิงสถิติ

นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังประยุกต์ใช้การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ในบางกรณีเพื่อเข้าถึงกลุ่มประชากรที่เข้าถึงยากหรือมีจำนวนตัวอย่างไม่เพียงพอ แม้หลังการสุ่มแบบแบ่งชั้นและสุ่มง่ายแล้ว ตัวอย่างเช่น กลุ่มประชาชนในพื้นที่ชนบทห่างไกลหรือผู้สูงอายุที่ใช้งานสื่อออนไลน์

น้อย ซึ่งอาจตอบแบบสอบถามได้น้อยกว่าที่คาดไว้ ผู้วิจัยจึงเสริมด้วยการลงพื้นที่หรือเผยแพร่แบบสอบถามผ่านช่องทางที่กลุ่มดังกล่าวเข้าถึงง่าย เช่น การแจกแบบสอบถาม ณ ศูนย์ชุมชน หรือผ่านผู้ประสานงานท้องถิ่น เพื่อรวบรวมข้อมูลให้ครบตามโควตาที่กำหนด วิธีสุ่มสะดวกนี้ถูกใช้อย่างระมัดระวังเฉพาะในชั้นกลุ่มที่การเข้าถึงยาก เพื่อไม่ให้เกิดการเบี่ยงเบนของข้อมูลมากเกินไป

ด้วยวิธีการผสมผสานดังกล่าว กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณที่ได้จึงประกอบด้วยผู้ตอบจากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วเหอหนาน และหลากหลายอาชีพ / ช่วงวัย สอดคล้องกับโครงสร้างประชากรจริง ทำให้ผลการสำรวจสามารถอนุมานถึงประชากรผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในเหอหนานโดยรวมได้อย่างเหมาะสม

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Sample)

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 10 คน เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพนี้ถูกคัดสรรแบบ **เจาะจงโดยใช้เกณฑ์คุณสมบัติ (Purposive Sampling) กล่าวคือ เลือกบุคคลที่มีบทบาทหรือประสบการณ์เกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งจากฝ่ายที่เผยแพร่โยบายและฝ่ายที่รับสื่อนโยบาย เพื่อให้ข้อมูลที่ได้ครอบคลุมประเด็นที่สนใจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

หลักเกณฑ์การเลือก ผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติ / เกณฑ์คัดเลือกสำหรับผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละราย โดยจะต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ในการดูแลสื่อสังคมออนไลน์ภาครัฐไม่น้อยกว่า 5 ปี เป็นผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารนโยบายเป็นประจำ เป็นผู้มีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์สื่อใหม่หรือเป็นผู้ติดตามข่าวสารนโยบายออนไลน์อย่างใกล้ชิด เป็นต้น ผู้ที่ผ่านเกณฑ์เหล่านี้จะสะท้อนมุมมองเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับประเด็นวิจัย เช่น ตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1 ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ดูแลบัญชี Weibo ทางการของรัฐบาลมณฑล มีประสบการณ์ 3 ปีในการบริหาร Weibo ราชการ (เกณฑ์ด้านประสบการณ์) และผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2 เป็นบรรณาธิการข่าวในสื่อท้องถิ่น ที่รายงานข่าวนโยบายรัฐอย่างสม่ำเสมอ ผู้ให้ข้อมูลเหล่านี้ล้วนถูกคัดเลือกเพราะมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงและสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกตามบทบาทของตน

องค์ประกอบของกลุ่มตัวอย่างคุณภาพ กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 10 คนครอบคลุมประเภทผู้เกี่ยวข้องที่หลากหลาย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ สื่อมวลชน นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ทั่วไป และผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชนที่ร่วมในงานสื่อสารภาครัฐ การมีผู้ให้ข้อมูลจากหลายภาคส่วนเช่นนี้ทำให้สามารถรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพที่รอบด้าน ครอบคลุมทั้งมุมมองเชิงนโยบายภายในหน่วยงานรัฐ มุมมองของผู้รับข้อมูลข่าวสารภายนอก และมุมมองวิเคราะห์จากผู้สังเกตการณ์ / ผู้เชี่ยวชาญ

การกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นการแบ่งตามประเภทผู้ให้ข้อมูล ดังนี้
 เพื่อให้เห็นภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพในการสัมภาษณ์ ตารางต่อไปนี้สรุปประเภท
 ของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำแนกตามบทบาท / ภาควิชา ส่วน พร้อมจำนวนผู้ให้ข้อมูลในแต่ละประเภท

ประเภทผู้ให้ข้อมูล	บทบาท/ตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูล	จำนวนผู้ให้ข้อมูล
หน่วยงานรัฐ	เจ้าหน้าที่รัฐที่รับผิดชอบการสื่อสารออนไลน์ ของมณฑลเหอหนาน เช่น ผู้ดูแลบัญชีทางการ บน WeChat / Weibo, เจ้าหน้าที่ ประชาสัมพันธ์ระดับท้องถิ่น	3 คน
สื่อมวลชน	ผู้สื่อข่าว / บรรณาธิการในสื่อกระแสหลัก ท้องถิ่นที่ติดตามและนำเสนอข่าวสารนโยบาย ของรัฐบาลมณฑลเหอหนานเป็นประจำ	1 คน
นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ	นักวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิที่ศึกษาเกี่ยวกับการ สื่อสารภาครัฐหรือนโยบายสาธารณะ (เช่น อาจารย์มหาวิทยาลัยด้านนิเทศศาสตร์, นักวิจัย ศูนย์สื่อใหม่, ที่ปรึกษาคลังสมองท้องถิ่น	3 คน
ประชาชนผู้ใช้สื่อออนไลน์	ประชาชนทั่วไปในเหอหนานที่ใช้สื่อสังคม ออนไลน์อย่างสม่ำเสมอและติดตามข้อมูล ข่าวสารนโยบายภาครัฐผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น ผู้ใช้งาน WeChat / Weibo ที่ติดตาม บัญชีทางการของรัฐ	1 คน
ผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชน	ผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารในภาคเอกชนที่ เกี่ยวข้องกับการสื่อสารนโยบายรัฐ เช่น เจ้าหน้าที่บริษัทเทคโนโลยีที่ดูแลโซเชียลมีเดีย ให้หน่วยงานรัฐ บริษัทที่ปรึกษาที่ร่วมโครงการ สื่อสาร	2 คน

การแบ่งประเภทเช่นนี้ทำให้มั่นใจว่าแต่ละกลุ่มที่มีบทบาทต่างกันจะมีตัวแทนในการให้ข้อมูล
อันจะช่วยให้ผู้วิจัยมองเห็นภาพการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อออนไลน์จากมุมมองที่หลากหลาย ไม่เอน
เอียงเฉพาะมุมมองใดมุมมองหนึ่ง

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้มีกำหนดระยะเวลาดำเนินการทั้งสิ้น 2 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2567 ถึง พ.ศ.
 2568 ซึ่งครอบคลุมกิจกรรมการวิจัยตั้งแต่

1.1 การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารนโยบายสาธารณะและการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

1.2 การออกแบบกรอบแนวคิดการวิจัย

1.3 การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามในมณฑลเหอหนาน

1.4 ตลอดจนการสังเคราะห์ผลการวิจัยเพื่อนำเสนอองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับแนวทางการจัดการการสื่อสารนโยบายสาธารณะผ่านสื่อดิจิทัลในบริบทจีน

ระยะเวลาดังกล่าวยังเอื้อให้ผู้วิจัยสามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายและแนวโน้มการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ภาครัฐของจีนในช่วงเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงเชิงยุทธศาสตร์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างรวดเร็ว

2. ขอบเขตด้านสถานที่

ขอบเขตของการศึกษาเชิงพื้นที่ครอบคลุมทั่วทั้งมณฑลเหอหนาน (Henan Province) ซึ่งเป็นมณฑลขนาดใหญ่ทางภาคกลางของประเทศจีน ประกอบด้วยเมืองหลักกว่า 18 แห่ง และมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่หลากหลาย ทั้งเมืองใหญ่ เมืองอุตสาหกรรม เมืองเกษตรกรรม และพื้นที่ชนบท ผู้วิจัยจะศึกษาการสื่อสารนโยบายในระดับมหภาค (Macro – level) โดยวิเคราะห์โครงสร้างการบริหารจัดการจากหน่วยงานระดับมณฑล ตลอดจนศึกษาระดับกลางและจุลภาค (Meso – and Micro – level) ผ่านกรณีศึกษาหน่วยงานระดับเมือง อำเภอ ตำบล และหมู่บ้านที่มีลักษณะทางสังคมและการสื่อสารที่แตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบแนวทางและประสิทธิภาพของการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ในแต่ละบริบท

3. ขอบเขตด้านหน่วยวิเคราะห์

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม หน่วยวิเคราะห์หลัก ได้แก่

3.1 หน่วยงานภาครัฐ ตั้งแต่ระดับมณฑลจนถึงระดับท้องถิ่น ได้แก่ สำนักงานประชาสัมพันธ์ประจำมณฑล หน่วยงานด้านนโยบายและกิจการภายใน สำนักงานปกครองท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทด้านการสื่อสารนโยบายสาธารณะผ่านสื่อดิจิทัล

3.2 เจ้าหน้าที่รัฐ ที่รับผิดชอบด้านการเผยแพร่ข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ผู้ดูแลบัญชีทางการ (Official Accounts) บนแพลตฟอร์ม WeChat, Tiktok (Douyin) และ Weibo

3.3 ผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งครอบคลุมทั้งผู้บริโภคข้อมูล (passive users) และผู้ที่มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (interactive users)

3.4 สาธารณชนทั่วไป ได้แก่ กลุ่มประชาชนในเขตเมือง เขตชนบท องค์กรภาคประชาสังคม ผู้นำชุมชน และกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในนโยบาย

3.5 นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ด้านการสื่อสารมวลชน การบริหารภาครัฐ และนโยบายสาธารณะ ซึ่งมีบทบาทในการสะท้อนมุมมองเชิงนโยบาย วิเคราะห์แนวโน้ม และเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในระดับระบบ

4. ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาการวิจัยครอบคลุมประเด็นหลัก 5 ด้าน ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการสื่อสารนโยบายสาธารณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่

4.1 ลักษณะและเนื้อหาของนโยบายสาธารณะ ที่เผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งในเชิงวาทกรรม ประเด็นสำคัญ และการกำหนดวาระนโยบาย

4.2 กลไกการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เช่น รูปแบบของข้อความ วิธีการนำเสนอเนื้อหาหลัก และการสื่อสารข้ามแพลตฟอร์ม

4.3 ประสิทธิภาพของการมีส่วนร่วมของประชาชน ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ การแสดงความคิดเห็น การมีปฏิสัมพันธ์ และการสร้างความเข้าใจร่วม

4.4 การตอบสนองของภาครัฐต่อสถานการณ์เฉพาะหน้า เช่น วิกฤตสาธารณสุข ภัยธรรมชาติ หรือการเปลี่ยนแปลงทางนโยบาย

4.5 บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ในฐานะเครื่องมือส่งเสริมนวัตกรรมเชิงนโยบาย ทั้งในด้านการสื่อสาร การประเมินผล และการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการปรับปรุงนโยบาย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1. เครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งศึกษาปรากฏการณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการบริหารจัดการสื่อสารนโยบายของภาครัฐ โดยใช้เครื่องมือ 3 ประเภท ได้แก่

1.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) ใช้สำหรับสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 10 คน เนื้อหาการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์การสื่อสารของรัฐ ปฏิสัมพันธ์กับประชาชน ความท้าทายในการใช้สื่อสังคม มุมมองต่อการพัฒนาในอนาคต ซึ่งจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ 45 – 60 นาที / คน ซึ่งข้อมูลที่ได้จะถูกบันทึกเสียงและถอดความเพื่อวิเคราะห์เนื้อหา

1.2 แบบฟอร์มการสังเกตการณ์ (Observation Checklist) ใช้เพื่อสังเกตบัญชีทางการของหน่วยงานรัฐบาลบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้แก่ WeChat, Weibo, TikTok (Douyin) โดยประเด็นที่สังเกต ประกอบด้วย ความถี่และลักษณะของโพสต์ ลักษณะการโต้ตอบของผู้ใช้ จังหวะการสื่อสารในเหตุการณ์สำคัญ ความร่วมมือระหว่างแพลตฟอร์ม

1.3 แบบฟอร์มวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis Form) ใช้เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ ประกอบด้วย ข้อความนโยบาย ข่าว บทความวิชาการ รายงานสถิติยอดเข้าชม / แสดงความคิดเห็น และสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ

2. เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณมุ่งสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมของประชาชนเหอนานที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลัก โดยจะแจกจ่ายทั้งแบบออนไลน์ ผ่านช่องทาง WeChat, Weibo, TikTok และออฟไลน์ ซึ่งโครงสร้างของแบบสอบถามจะครอบคลุม 6 หมวดหลัก ประกอบด้วย

1) ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์

3) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์

4) ความพึงพอใจต่อการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์

5) ความคาดหวังที่มีต่อการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์

โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Questionnaire) ทั้งสองแบบจะเก็บในจำนวน 500 ราย

3. เครื่องมือตรวจสอบคุณภาพข้อมูล (Data Validation Tools)

3.1 การทดสอบเบื้องต้น (Pilot Test) แบบสอบถาม

3.2 การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

3.3 การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability Test) ด้วย Cronbach's Alpha

3.4 การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในงานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการ แนวคิด กลยุทธ์ และบริบทของการสื่อสารนโยบายในมณฑลเหอหนาน โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์แบบมีระบบ ดังนี้

1.1 วิธีการวิเคราะห์

1) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) วิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์ เอกสาร และการสังเกตการณ์ โดยมุ่งหาหัวข้อหลัก แนวโน้ม และรูปแบบการสื่อสารนโยบายที่ปรากฏ

2) การเข้ารหัสข้อมูล (Coding) แบ่งออกเป็น 3 ระยะ

(1) Open Coding ถอดรหัสหัวข้อจากข้อมูลดิบ

(2) Axial Coding เชื่อมโยงหัวข้อเข้าด้วยกันเป็นกลุ่มแนวคิด

(3) Selective Coding คัดเลือกหัวข้อสำคัญที่เชื่อมโยงกับ

วัตถุประสงค์วิจัย

3) การวิเคราะห์กรณีศึกษา (Case Study Analysis) วิเคราะห์เชิงลึกในบางกรณีหรือบัญชีราชการเฉพาะ (เช่น WeChat ของสำนักงานสุขภาพ) เพื่อแสดงภาพรวมของแนวทางที่ใช้

4) การวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Analysis) เปรียบเทียบกลยุทธ์ระหว่างหน่วยงานรัฐต่างระดับ หรือช่วงเวลา / เหตุการณ์ที่แตกต่างกัน

5) การใช้กรอบทฤษฎีวิเคราะห์ประกอบ เช่น โมเดล Lasswell, SWOT, วงจรชีวิตความคิดเห็นในสื่อ

1.2 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยใช้เทคนิค Triangulation ประกอบด้วย

1) เปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง

2) วิเคราะห์ร่วมกันโดยทีมวิจัย

3) ใช้หลายวิธีวิเคราะห์ (สัมภาษณ์ สังเกต และวิเคราะห์เอกสาร)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมุ่งตรวจสอบพฤติกรรม การรับรู้ ความพึงพอใจ การมีส่วนร่วม และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการสื่อสารนโยบายของประชาชนในมณฑลเหอหนาน โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ ดังนี้

2.1 เครื่องมือที่ใช้ ประกอบด้วย โปรแกรม SPSS และ Excel

2.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

1) การทำความสะอาดข้อมูล (Data Cleaning) โดยจะตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อกำจัดข้อมูลที่ผิดปกติ

2) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อสรุปลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและพฤติกรรมการใช้สื่อ

2.3 เกณฑ์ในการให้คะแนน

1. การรับรู้ข้อมูลข่าวสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ความพึงพอใจต่อการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และความคาดหวังต่อการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์โดยมีเกณฑ์ในการวัด คือ จะแบ่งเกณฑ์ให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ตามการรับรู้ได้แก่

เห็นด้วยอย่างยิ่ง (Strongly Agree)	5 คะแนน
เห็นด้วย (Agree)	4 คะแนน
ไม่แน่ใจ (Neutral)	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย (Disagree)	2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (Strongly Disagree)	1 คะแนน

โดยในแต่ละข้อจะนำมาหาค่าเฉลี่ย จากนั้นนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบกับเกณฑ์เพื่อแปลความหมายของข้อมูล ซึ่งเกณฑ์ในการแปลความหมายของข้อมูล ดังต่อไปนี้

เกณฑ์	แปลความหมาย
ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00	มีการรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังในระดับสูงมาก
ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50	มีการรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังในระดับสูง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50	มีการรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังในระดับปานกลาง
ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50	มีการรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังในระดับต่ำ
ระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 1.51	มีการรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังในระดับต่ำมาก

2. การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิสูจน์สมมติฐาน โดยเกณฑ์การจัดระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 1 – 1.00 ตามระดับความสัมพันธ์ ดังนี้

- | | |
|----------------------------------|------------------------------|
| 1. ระดับความสัมพันธ์ 0.00 – 0.20 | มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก |
| 2. ระดับความสัมพันธ์ 0.21 – 0.40 | มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ |
| 3. ระดับความสัมพันธ์ 0.41 – 0.60 | มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง |
| 4. ระดับความสัมพันธ์ 0.61 – 0.79 | มีความสัมพันธ์ในระดับสูง |
| 5. ระดับความสัมพันธ์มากกว่า 0.80 | มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก |

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation Analysis) โดยจะใช้ Pearson's Correlation ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เช่น พฤติกรรมการใช้สื่อกับระดับความพึงพอใจ

4. การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ / ไว้วางใจข้อมูลนโยบาย

5. การทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย

5.1 t – test เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม

5.2 ANOVA เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างหลายกลุ่ม

6. การวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster Analysis – K – means) เพื่อแบ่งกลุ่มผู้ใช้งานตามลักษณะการรับข้อมูลและพฤติกรรมการมีส่วนร่วม