

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแอมเวย์” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยรายละเอียดต่าง ๆ ในการวิจัยมีดังนี้

1. วิจัย ใช้วิธีการต่างๆเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่างประเภทกันดังนี้

1.1 การศึกษาเอกสาร วิเคราะห์จากเอกสารและสื่อต่าง ๆ ขององค์กรและสื่อมวลชนที่เผยแพร่นโยบายและโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแอมเวย์ เช่น

- คู่มือการดำเนินธุรกิจแอมเวย์
- แคตตาล็อกผลิตภัณฑ์
- เอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ไปสเตอร์ ฯลฯ
- ข่าวจากสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ บทความต่าง ๆ จากวารสาร

1.2 การวิเคราะห์สื่อและเนื้อหา วิเคราะห์สื่อและเนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายและโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแอมเวย์จากสื่อภายในองค์กร เช่น

- นิตยสารภายใน
- จดหมายข่าว
- เทปคาสเส็ต
- เทปวิดีโอ
- บอร์ดประกาศ ณ คลังสินค้าแอมเวย์
- ข่าวสารจากสื่อในรูปแบบอื่นๆ เช่น วิทยุติดตามตัว (Pager) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และกิจกรรมพิเศษต่างๆ เป็นต้น

1.3 การสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวนโยบายและการดำเนินงานโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างๆ ของบริษัทในกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ

- ผู้บริหารและพนักงานของบริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีส่วนร่วมในการวางแผนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

- เจ้าหน้าที่ขององค์กรที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์ หรือองค์กรภายนอกที่มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของบริษัท
- 1.4 การวิจัยเชิงสำรวจ ด้วยการใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นกลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์เกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์ ระดับความรู้และพฤติกรรมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้จำหน่ายซึ่งเป็นผู้รับสารเพื่อนำข้อมูลมาประกอบการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารขององค์กรดังกล่าว

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

- 2.1 กลุ่มผู้บริหารและพนักงานของแอมเวย์ประเทศไทย ได้แก่ ผู้บริหารแผนงานการสื่อสารของบริษัทและพนักงานผู้ปฏิบัติงานสื่อสารของบริษัท
- คุณปริษา ประกอบกิจ ผู้จัดการทั่วไป ซึ่งเป็นผู้บริหารสูงสุดของบริษัท เป็นผู้รับนโยบายจากแอมเวย์ คอร์ปอเรชั่น และวางนโยบายในการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของบริษัท
 - คุณชุมพฤษณ์ ยุระยง ผู้จัดการแผนกสื่อสารการตลาด ฝ่ายการตลาด เป็นผู้บริหารงานด้านส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ และโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามนโยบายของบริษัท
 - คุณสุมา จุฑามาศสกุล ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่บริหารและประสานงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมภาพลักษณ์และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร
 - คุณกฤษณาล ขจีจิตร ผู้บริหารงานประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่บริหารและประสานงานประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการส่งเสริมภาพลักษณ์และกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ

2.2 เจ้าหน้าที่ขององค์กรที่ปรึกษาประชาสัมพันธน์ หรือองค์กรภายนอกที่มีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์โครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของบริษัท ผู้บริหารองค์กรที่ปรึกษาประชาสัมพันธน์ ได้แก่ ผู้บริหารแผนการสื่อสารที่ดูแลรับผิดชอบการวางแผนการสื่อสารของแอมเวย์และองค์กรภายนอกที่มีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของบริษัท

- คุณพิสิษฐ์ ฌ พัทลุง เลขธิการมูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชแห่งประเทศไทย องค์กรที่มีส่วนร่วมในการดำเนินการในโครงการอนุรักษ์ช้าง เพื่อนคู่ป่า
- คุณเกียรติชาย ดุลยเสนีย์ รองผู้อำนวยการฝ่ายธุรกิจและสิ่งแวดล้อม และผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธน์ สถาบันสิ่งแวดล้อมไทย องค์กรที่มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมในองค์กร ISO14001
- คุณธีรพันธ์ พลมณี ผู้ตรวจสอบอาวุโส บริษัท เอเจเอ อีคิวเอส (ประเทศไทย) จำกัด องค์กรที่ทำหน้าที่ตรวจสอบระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรตามระบบมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001
- อาจารย์ประภา นรพัลลภ ผู้อำนวยการศูนย์สิ่งแวดล้อมศึกษา และอาจารย์ประจำภาควิชาชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันราชภัฏพระนคร องค์กรที่มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการเยาวชนรักสัตว์
- นายสัตวแพทย์ วิชาญ อาศัยธรรมกุล สัตวแพทย์ประจำสวนสัตว์ดุสิต องค์กรที่เอื้อเพื่อสถานที่และเป็นวิทยากรในการดำเนินโครงการเยาวชนรักสัตว์
- ดร.ประวิทย์ จงวิศาล ผู้อำนวยการศูนย์คุณภาพและความปลอดภัย องค์กรที่มีส่วนร่วมในโครงการประยุกต์กิจกรรมกลุ่มย่อยเพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อม
- คุณอารีรัตน์ ตั้งเลิศไพบูลย์ Project Manager บริษัท เพรสโก้ จำกัด องค์กรที่ปรึกษาประชาสัมพันธน์ที่มีส่วนร่วมในโครงการอนุรักษ์ช้างเพื่อนคู่ป่า

- 2.3 กลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์เฉพาะที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวนรวมกันประมาณ 300 ตัวอย่าง

วิธีการศึกษากลุ่มตัวอย่างมีดังนี้

1. การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่บริหารระดับสูงของแอมเวย์ประเทศไทย พนักงานของบริษัท เจ้าหน้าที่ขององค์กรที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์และองค์กรภายนอกที่มีส่วนร่วมในการวางแผนการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของบริษัท มุ่งถามนโยบายและแนวคิดในการวางแผนการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์ วัตถุประสงค์ ปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจ และผลที่คาดว่าจะได้รับจากแผนงานการสื่อสาร ซึ่งจำเป็นต้องสัมภาษณ์ผู้ที่มีหน้าที่ความรับผิดชอบในระดับบริหารและวางแผนนโยบาย รวมทั้งระดับปฏิบัติการ จึงจะได้ข้อมูลที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้
2. การสำรวจความคิดเห็นในกลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ที่มีประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์และการเปิดรับข่าวสารจากแอมเวย์อย่างต่อเนื่องอย่างน้อยเป็นระยะเวลา 3 ปี ตลอดจนอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 300 ราย ในเขตที่มีคลังสินค้าแอมเวย์ตั้งอยู่ ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตธนบุรี เขตดอนเมือง เขตคลองเตย และเขตหนองแขม

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

- สุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ โดยใช้วิธีการ Purposive Sampling
- จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรดังนี้ (อำรุง จันทวานิช : 2522)

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)}{\frac{e^2 + P(1-P)}{Z^2 N}}$$

เมื่อ	n	= จำนวนตัวอย่าง
	P	= อัตราส่วนของกลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ที่กำหนดจะสุ่ม (ในที่นี้ใช้อัตราส่วนร้อยละ 30 ฉะนั้นค่า $P = 0.30$)
	e	= ค่าความผิดพลาดจากจำนวนตัวอย่าง (ในที่นี้ใช้ร้อยละ 5 ฉะนั้น $e=0.05$)
	Z	= ค่าคะแนนมาตรฐาน ณ จุดใดจุดหนึ่งที่สอดคล้องกับระดับนัยสำคัญ (ในที่นี้ใช้ระดับนัยสำคัญ 0.05 ฉะนั้นจะได้ค่า $Z=1.96$)
	N	= จำนวนประชากร

• เมื่อแทนค่าในสูตรจากจำนวนประชากร (ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ที่มีประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์และการเปิดรับข่าวสารจากบริษัทอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยเป็นระยะเวลา 3 ปี รวมทั้งอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร)

$$\begin{aligned}
 \text{แทนค่าในสูตร } n &= \frac{0.30 (1-0.30)}{\frac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + \frac{0.30 (1-0.30)}{3,772}} \\
 &= \frac{0.21}{\frac{0.0025}{3.5416} + \frac{0.21}{3,772}} \\
 &= \frac{0.21}{0.0006507 + 0.0000556} \\
 &= \frac{0.21}{0.0007063} \\
 &= 297.32 \\
 &= 300
 \end{aligned}$$

ดังนั้นจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คนจากกลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ตามความหมายในการวิจัยนี้ซึ่งมีจำนวนประมาณ 3,772 คน

3. เครื่องมือและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

เครื่องมือในการวิจัย

- 3.1 การสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานของแอมเวย์ประเทศไทย และเจ้าหน้าที่บริษัท ที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์และองค์กรภายนอกที่มีส่วนร่วมในการวางแผนการสื่อสาร เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของบริษัท เครื่องมือที่ใช้คือ การสัมภาษณ์โดยใช้คำถาม แบบปลายเปิด พร้อมทั้งบันทึกเทปและจดบันทึกขณะสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูล ครบถ้วน
- 3.2 การสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้จำหน่ายของแอมเวย์ประเทศไทย เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามโดยมุ่งเน้นการเลือกเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ ธุรกิจแอมเวย์ ระดับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร และพฤติกรรมในการร่วมอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมหลังจากได้เปิดรับข่าวสารแล้ว

ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ

- แบบสัมภาษณ์ ขั้นตอนการจัดทำคือ การตั้งแนวคำถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย และพิจารณาตรวจสอบให้มีความน่าเชื่อถือและครอบคลุมปัญหาในการวิจัยที่ต้องการศึกษา โดยอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งดูแลรับผิดชอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้
- แบบสอบถาม ขั้นตอนการจัดทำคือ กำหนดเนื้อหาของข้อมูลที่ต้องการศึกษากำหนด ประเภทของคำถาม ร่างแบบสอบถาม ตรวจสอบโดยการนำไปทดสอบก่อนใช้จริงกับ กลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ประมาณ 30 ราย เพื่อหาข้อบกพร่อง ของคำถามและนำกลับมาแก้ไขให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์เพื่อให้ผู้ตอบ สามารถตอบได้อย่างสะดวกและตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาวิจัยมากที่สุด

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1.1 การสัมภาษณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการบันทึกเทปการสัมภาษณ์ และการจดบันทึก ขณะสัมภาษณ์เพื่อเก็บรายละเอียดเกี่ยวกับบรรยากาศและปฏิกิริยาของผู้ให้ สัมภาษณ์เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์อย่างละเอียดในโอกาสต่อไป

- 1.2 แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง 300 ตัวอย่าง และกระจายแจกแบบสอบถามในเขตกรุงเทพมหานคร เนื้อหาของแบบสอบถามจะ แบ่งเป็นข้อมูลทั่วไปและลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ความรู้ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ภาพลักษณ์ที่มีในจิตใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแอมเวย์ และประสิทธิผลของกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแอมเวย์
- 1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและสื่อต่าง ๆ เช่น บทความจากนิตยสาร วารสาร เทปวิดีโอ เทปคาสเสตท์ ฯลฯ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการติดตามข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นสื่อภายในองค์กร ส่วนสื่อภายนอกองค์กรจะนำมาพิจารณาประกอบเท่าที่ ติดตามได้ เพื่อให้การวิเคราะห์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

- ข้อมูลจากเอกสารและสื่อต่าง ๆ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ประเภทของสื่อและ เนื้อหาที่ปรากฏตามสื่อต่าง ๆ โดยเน้นสื่อภายในองค์กรที่บริษัทผลิตขึ้นเองและ สื่อภายนอก คือ สื่อมวลชนต่าง ๆ เท่าที่สามารถติดตามได้ เพื่อตรวจสอบ (CROSS CHECK) นโยบายและประสิทธิผลของการวางแผนการสื่อสารขององค์กร
- ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพจากเทปบันทึก การสัมภาษณ์และ การจดบันทึกขณะสัมภาษณ์ผู้บริหาร พนักงาน เจ้าหน้าที่บริษัทที่ บริการประชาสัมพันธ์ และองค์กรภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ แนวนโยบายการวางแผนการสื่อสาร การเผยแพร่ข่าวสาร และการจัดกิจกรรมเพื่อ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ข้อมูลจากแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้หลัก ทางสถิติด้วยการหาค่าสหสัมพันธ์(Correlation)และการประมวลผลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSSx

6. การนำเสนอข้อมูล

สรุปรวบรวมประเด็นสำคัญจากการวิเคราะห์โดยการนำเสนอข้อมูลในเชิงพรรณนา (Descriptive Method) สำหรับข้อมูลจากการสัมภาษณ์และข้อมูลจากเอกสาร รวมทั้งสื่อต่าง ๆ และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบแผนภูมิและตารางสถิติประกอบการอธิบายสำหรับข้อมูลจากแบบสอบถาม