

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาประสิทธิผลกลยุทธ์ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจในพื้นที่เทศบาลเมืองมาบตาพุด เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ(quantitative research) แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง ทำการรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ส่วนที่สองทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire)

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดเลือกจากประชาชนที่มีภูมิลำเนา หรือทำงานในเขตพื้นที่เทศบาลมาบตาพุด ซึ่งเป็นพื้นที่บริษัทเอสซีจี เคมิคอล จำกัด ดำเนินการอยู่ มีจำนวนประชากร 43,892 คน ในปี 2551 เนื่องจากทราบค่า N หรือจำนวนประชากรที่ต้องการศึกษา จึงสามารถกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยเทียบจากตารางสำเร็จของ Taro Yamane ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95 % ความผิดพลาดไม่เกิน 5 % และค่า Z ที่ระดับ 1.96 แทนค่าได้กลุ่มตัวอย่าง 396 ตัวอย่าง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรเขตเทศบาลเมืองมาบตาพุดมีประชากรทั้งสิ้น 43,892 คน แบ่งเป็น

ประชากรและครัวเรือนเทศบาลมาบตาพุด	จำนวน	หน่วย
-ชาย	22,133	คน
- หญิง	21,759	คน
- จำนวนครัวเรือน	31,531	ครัวเรือน
- มีความหนาแน่นของประชากรประมาณ	261	คน/ตารางกิโลเมตร

ที่มา : งานทะเบียนราษฎร สำนักปลัดเทศบาลเมืองมาบตาพุด

ตารางที่ 2 จำนวนประชากรและครัวเรือนในเขตเทศบาลเมืองมาบตาพุด แบ่งเป็น 5 ตำบล

ลำดับที่	ตำบล	จำนวน ครัวเรือน	จำนวนประชากร	ร้อยละของ ครัวเรือน ทั้งหมด	ร้อยละของ ประชากร ทั้งหมด
1	มาบตาพุด	14,002	19,289	44.41	43.95
2	ห้วยโป่ง	9,229	13,621	29.27	31.03
3	เนินพระ	5,497	7,814	17.43	17.80
4	ทับมา	1,049	1,209	3.33	2.76
5	มาบข่า	1,754	1,959	5.56	4.46
รวม		31,531	43,892	100	100

ที่มา : งานทะเบียนราษฎร สำนักปลัดเทศบาลเมืองมาบตาพุด

ประชากรที่ใช้ศึกษา กำหนดเลือกจากบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านนโยบายและการดำเนินงานเพื่อให้ได้มาซึ่งภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ที่ได้กำหนดตามกลยุทธ์ของบริษัท เอสซีจี จำกัด (มหาชน) บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ ได้แก่

- 3.1.1 ระดับนโยบาย คุณวินัส อัสวสิทธิถาวร
ผู้อำนวยการสำนักงานสื่อสารองค์กร บริษัท เอสซีจี จำกัด (มหาชน)
- 3.1.2 ระดับปฏิบัติการ คุณเทวินทร์ สมงาม
ผู้จัดการฝ่าย CSR บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด



3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ศึกษาส่วนที่ 1 คือ การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการสัมภาษณ์แบบอิงโครงสร้าง (structural interviews) จากบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านนโยบายและกลยุทธ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท เอสซีจี จำกัด (มหาชน) และและระดับปฏิบัติการ เพื่อให้ได้การดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่กำหนด บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด ตามประเด็นคำถาม ดังนี้

1. ที่มาแนวคิดในการกำหนดนโยบายภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจี
2. เป้าหมายในการกำหนดนโยบายการสื่อสารภาพลักษณ์แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจี
3. แผนผังโครงสร้างระดับบริหารในการดูแลนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจี
4. ขอบเขตการดำเนินงานความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจีในแต่ละด้าน
5. นโยบายและแนวทางปฏิบัติต่อระดับความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจีในแต่ละชั้น

- 6.นโยบายและแนวทางการบริหารจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมทั้ง 2 มิติของเอสซีจี
- 7.ประสิทธิผลกลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจี
โดยการประเมินผลที่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานภายนอกที่เชื่อถือได้
- 8.การนำนโยบายกลยุทธ์ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจี มาดำเนินการใน
พื้นที่เขตเทศบาลมาบตาพุด
- 9.วิธีการและช่องทางการดำเนิน โครงการและกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจี
ในพื้นที่เขตเทศบาลมาบตาพุด
10. กลยุทธ์การสื่อสารภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจีในพื้นที่เขตเทศบาลมาบตาพุด
- 11.ปัญหาและอุปสรรคในการสื่อสารภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจีกับชุมชนใน
พื้นที่เขตเทศบาลมาบตาพุด
- 12.เป้าหมายการรับรู้ภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมของเอสซีจี

เครื่องมือที่ใช้ศึกษาส่วนที่ 2 คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามแบบปลายปิด และแบบปลายเปิด นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความเที่ยงและความเชื่อถือได้ ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือตัวแทนประชากรในพื้นที่เขตเทศบาลมาบตาพุด จำนวน 400 คน ซึ่งแบ่งคำถามเป็น 4 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

- ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้
- ตอนที่ 2 การรับรู้กิจกรรม/โครงการเพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
- ตอนที่ 3 ความพึงพอใจกิจกรรม/โครงการเพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
- ตอนที่ 4 ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายต่อภาพลักษณ์เพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร
(คำถามปลายเปิด)

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย สามารถแจกแจงตามสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้ ประชากรในเขตอุตสาหกรรมที่มีลักษณะแตกต่างกันทางประชากรศาสตร์ มีผลต่อการรับรู้และประสิทธิผลภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรอิสระคือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

การวัดค่าตัวแปร และเกณฑ์การวัดค่าเฉลี่ยความคิดเห็น

เกณฑ์การวัดค่าตัวแปรมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) แบบลิเคิร์ต (Likert) แบ่งเป็น 5 ระดับ และให้ระดับช่วงคะแนนเป็นดังนี้

ช่วงคะแนน	ความหมาย
5	เห็นด้วยอย่างมาก
4	เห็นด้วย
3	เฉย ๆ
2	ไม่ค่อยเห็นด้วย
1	ไม่เห็นด้วยอย่างมาก

เกณฑ์การวัดระดับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นและความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.20 – 5.00	มีความคิดเห็นและความพึงพอใจภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เห็นด้วยอย่างมาก
3.40 – 4.19	มีความคิดเห็นและความพึงพอใจภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เห็นด้วย
2.60 – 3.39	มีความคิดเห็นและความพึงพอใจภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เฉย ๆ
1.80 – 2.59	มีความคิดเห็นและความพึงพอใจภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ไม่ค่อยเห็นด้วย
1.00 – 1.79	มีความคิดเห็นและความพึงพอใจภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร ไม่เห็นด้วยอย่างมาก

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เก็บข้อมูลจากฝ่ายองค์กรธุรกิจ โดยการศึกษาเนื้อหาและการสัมภาษณ์ระดับนโยบายและกลยุทธ์ กับคุณวินัส อัสวสิทธิถาวร ผู้อำนวยการสำนักงานสื่อสารองค์กร บริษัท เอสซีจี จำกัด (มหาชน) และระดับปฏิบัติการ กับคุณเทวินทร์ สมงาม ผู้จัดการฝ่าย CSR บริษัท เอสซีจี เคมิคอลส์ จำกัด กลุ่มที่สอง ที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างฝ่ายประชากร คือ ประชากรในพื้นที่เทศบาลมาบตาพุด จำนวน 400 คน ด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม ใช้รูปแบบการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยมีการสุ่มตัวอย่างแบบจัดสัดส่วน (stratified random sampling)

ตารางที่ 3 การกำหนดสัดส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบ่งลำดับชั้น จำนวน 400 ชุด

ลำดับที่	ตำบล	จำนวนครัวเรือน	จำนวนประชากร	ร้อยละของครัวเรือนทั้งหมด	ร้อยละของประชากรทั้งหมด	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง/ชุด
1	มาบตาพุด	14,002	19,289	44.41	43.95	175
2	ห้วยโป่ง	9,229	13,621	29.27	31.03	124
3	เนินพระ	5,497	7,814	17.43	17.80	72
4	ทับมา	1,049	1,209	3.33	2.76	12
5	มาบข่า	1,754	1,959	5.56	4.46	17
รวม		31,531	43,892	100	100	400

ที่มา : งานทะเบียนราษฎร สำนักปลัดเทศบาลเมืองมาบตาพุด

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังการเก็บรวบรวมข้อมูลและได้รับแบบสอบถามครบตามจำนวนดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลจากการศึกษาเนื้อหาและการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนา (descriptive analysis)
2. ข้อมูลจากแบบสอบถาม ผลที่ได้จากการประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (SPSS) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) ใช้การบรรยายข้อมูลโดยวิธีแจกแจงความถี่และใช้สถิติร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (inferential statistics) เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติ t-test และ F-test (One-Way ANOVA)