



บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง“กลยุทธ์การจัดการชื่อเสียงของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การจัดการชื่อเสียงของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย และศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การจัดการชื่อเสียงระหว่างบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวไทยกับบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติ รวมถึงศึกษาทฤษฎีและเครื่องมือการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่ธุรกิจประกันชีวิตนำมาใช้สนับสนุนการจัดการชื่อเสียง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งค้นหากลยุทธ์การจัดการชื่อเสียงองค์กร ซึ่งผลของข้อมูลต่าง ๆ จะออกมาในรูปแบบของกลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนั้นรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย ประเภทองค์กรที่ทำการวิจัย แหล่งที่ใช้ในการวิจัย ประเด็นที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งด้วยกัน คือ

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร โดยเอกสารที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย ตำราวิชาการ หนังสือ วิทยานิพนธ์ บทความเชิงวิชาการ จากทั้งในและต่างประเทศ ข่าว สกู๊ปข่าว เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการชื่อเสียงองค์กรและแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมากำหนดกรอบในการวิจัย โดยได้รวบรวมค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ จากห้องสมุด และเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล เป็นแหล่งข้อมูลอีกประเภทที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกำหนดเป็นบุคลากรระดับผู้บริหารที่รับผิดชอบงานด้านสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ โดยคัดเลือกบริษัทที่มีผู้บริหารเป็นชาวไทย 5 บริษัท และบริษัทที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติ 5 บริษัท จากจำนวนบริษัทประกันชีวิตทั้งสิ้น 25 บริษัท ซึ่งทำการคัดเลือกจากบริษัทประกันชีวิตที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดอันดับที่ 1-10 โดยพิจารณาจากเบี้ย

ประกันภัยรวบรวมตั้งแต่เดือนมกราคม-สิงหาคม 2552 (สมาคมประกันชีวิตไทย) ดังตาราง 3.1 ที่แสดงส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับ1-10ของบริษัทประกันชีวิต และตาราง 3.2 ที่แสดงบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวไทยและบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติ

ตารางที่ 3.1 :แสดงส่วนแบ่งทางการตลาดอันดับ1-10 ของบริษัทประกันชีวิต

อันดับ	ชื่อบริษัท	ส่วนแบ่งทางการตลาด
1	บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด	14.16 %
2	บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	8.65 %
3	บริษัท ไทยพาณิชย์วินยอร์คไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	7.86 %
4	บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	7.75 %
5	บริษัท อภัยอา อลิอันซ์ ซี.พี. จำกัด(มหาชน)	5.83 %
6	บริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด	7.75 %
7	บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด	4.12 %
8	บริษัท ไอเอ็นจี ประกันชีวิต จำกัด	2.88 %
9	บริษัท พูเด็นเซียล ทีเอสไลฟ์ประกันชีวิต(ประเทศไทย)จำกัด(มหาชน)	1.16%
10.	บริษัท อาคเนย์ประกันชีวิต จำกัด	0.8%

ที่มา: สมาคมประกันชีวิตไทย www.tlaa.o

ตารางที่ 3.2 : บริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวไทยและบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติ

บริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวไทย	บริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติ
1.บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด	1.บริษัท ไทยพาณิชย์วินยอร์คไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
2.บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด	2. บริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. จำกัด(มหาชน)
3.บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	3.บริษัท กรุงเทพ-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด
4.บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด	4.บริษัท ไอเอ็นจี ประกันชีวิต จำกัด
5.บริษัท อาคเนย์ประกันชีวิต จำกัด	5.บริษัท พรุเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์ ประกันชีวิต (ประเทศไทย)จำกัด (มหาชน)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหารที่รับผิดชอบงานด้านสื่อสารองค์กรและประชาสัมพันธ์ จากบริษัทประกันชีวิต จำนวน 10 บริษัท โดยคัดเลือกบริษัทที่มีผู้บริหารเป็นชาวไทย 5 บริษัท และบริษัทที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติ 5 บริษัท และกลุ่มตัวแทนบริษัทที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์ กลุ่มนักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์ มีรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

บริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวไทย

1. บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด
คุณภาสินี ปรีชาธนาพล
ผู้อำนวยการฝ่าย สายงานสื่อสารองค์กร
2. บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด
คุณพิตรภรณ์ บุญรัตพันธุ์
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ

3. บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด(มหาชน)

คุณสิริวิษณ์ ทองแก้ว

ผู้จัดการอาวุโส ส่วนประชาสัมพันธ์

4. บริษัท ไทยสมุทรประกันชีวิต จำกัด

คุณจุฑามาศ ปาลวัฒน์วิชัย

ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารองค์กร

5. บริษัท อาคเนย์ประกันชีวิต จำกัด

คุณศิริชัย แสงเทียนประไพ

ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายประชาสัมพันธ์

บริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติ

1. บริษัท ไทยพาณิชย์นิวยอร์กไลฟ์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

คุณนันทวัน กิจธนาเจริญ

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ สื่อสารองค์กร

2. บริษัท อยูธยา อลิอันซ์ ซี.พี. จำกัด(มหาชน)

คุณพัชรา ทวีชัยวัฒนา

รองกรรมการผู้จัดการใหญ่

ฝ่ายบริหารการตลาดและสื่อสารองค์กร

3. บริษัท กรุงไทย-แอกซ่า ประกันชีวิต จำกัด

คุณนันทน์หทัย นาวานุเคราะห์

ผู้ช่วยรองประธานผู้บริหารฝ่ายการตลาด

4. บริษัท ไอเอ็นจี ประกันชีวิต จำกัด

คุณเลอศักดิ์ ตั้งสุจริตพันธุ์

Vice President Branding and Communication

5. บริษัท พรูเด็นเชียล ทีเอสไลฟ์ ประกันชีวิต(ประเทศไทย) จำกัด
(มหาชน)

คุณอภิธร อมาตยกุล

รองประธานฝ่ายการตลาด ประชาสัมพันธ์ และสื่อสารการตลาด

ตัวแทนบริษัทที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์

1. คุณมนรดา พรชนะรักษ์
Brand Consultant Ogilvy Brands by Design
2. ดร.วิทย์ สิทธิเวคิน
Chief Marketing Office
D.C. Consultant Marketing Communication

นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์

1. รองศาสตราจารย์ ดร. บุษบา สุธีธร คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช
2. อาจารย์.ดร.ธাত্রี ใต้ฟ้าพูล
สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

การทำวิจัยในส่วนนี้เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้บริหาร ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน และกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการชื่อเสียงองค์กร โดยมีการกำหนดกรอบของคำถามในการดำเนินการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

1. คำถามเกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนตัว เช่น ชื่อ-นามสกุล การศึกษา
2. ตำแหน่ง ประสบการณ์ทำงาน และหน้าที่รับผิดชอบในตำแหน่งงาน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแนวทางการจัดการชื่อเสียง

- 2.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร
- 2.2 หน่วยงานประชาสัมพันธ์ในโครงสร้างรวมขององค์กร
- 2.3 บทบาทและภาระหน้าที่ของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ต่อองค์กร

- 2.4 การแบ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 2.5 ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ
- 1.6 การประเมินชื่อเสียงองค์กรของธุรกิจประกันชีวิต
- 1.7 กลยุทธ์การจัดการชื่อเสียง
- 2.8 ประโยชน์ที่ได้รับจากการมีชื่อเสียงที่ดี

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์

- 3.1 กลวิธีการประชาสัมพันธ์
- 3.2 เครื่องมือการประชาสัมพันธ์

แนวคำถามสัมภาษณ์นักวิชาการด้านการประชาสัมพันธ์

1. มุมมองของท่านในเรื่องการจัดการชื่อเสียงของธุรกิจประกันชีวิต
2. ประเมินการจัดการชื่อเสียงของบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวไทยกับบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติ
3. แนวโน้มการจัดการชื่อเสียงของธุรกิจประกันชีวิตเป็นอย่างไร
4. ปัจจัยหรือเงื่อนไขอะไรที่ทำให้เรื่องการจัดการชื่อเสียงองค์กรมีความสำคัญขึ้นมา
5. หลักสำคัญที่สุดในการวัดความสำเร็จของชื่อเสียง
6. องค์กรธุรกิจในประเทศไทยให้ความสำคัญกับการจัดการชื่อเสียงมากน้อยแค่ไหน

แนวคำถามสัมภาษณ์ตัวแทนบริษัทที่ปรึกษาประชาสัมพันธ์

1. มุมมองของท่านในเรื่องการจัดการชื่อเสียงองค์กร
2. ชื่อเสียงองค์กรมีบทบาทและความสำคัญอย่างไรในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน
3. ท่านคิดว่าปัจจัยอะไรบ้างที่มีส่วนช่วยในการสร้างชื่อเสียงที่ดี
4. ท่านคิดว่าการประชาสัมพันธ์มีส่วนสำคัญโดยตรงในการสร้างและรักษาชื่อเสียงองค์กรหรือไม่อย่างไร
5. ในมุมมองของท่านคิดว่าบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวไทยมีกลยุทธ์ในการจัดการชื่อเสียง แตกต่างจากบริษัทประกันชีวิตที่มีผู้บริหารเป็นชาวต่างชาติอย่างไร

6. ท่านคิดว่าสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะสร้างและรักษาชื่อเสียงในฐานะของนักประชาสัมพันธ์
7. ในการปฏิบัติจริงนักประชาสัมพันธ์จะใช้เครื่องมือและ/หรือช่องทางอะไรบ้างในการจัดการชื่อเสียง

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนแรก ผู้วิจัยรวบรวมเอกสารและข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับชื่อเสียงองค์กร การวางแผนเชิงกลยุทธ์ และการบริหารงานประชาสัมพันธ์ เพื่อทำการศึกษาและทำความเข้าใจภาพรวมทั้งหมด แล้วนำมาใช้ในการร่างแนวคำถาม สำหรับการสัมภาษณ์เจาะลึกกับผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นตัวแทนจากบริษัทที่ได้ทำการคัดเลือก จำนวน 10 บริษัท

ขั้นตอนที่สอง ผู้วิจัยทำการติดต่อทาบตามผู้ให้สัมภาษณ์ในเบื้องต้นเพื่อตกลงและทำความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นที่ต้องการจะสัมภาษณ์ โดยส่งคำถามให้กับผู้ให้สัมภาษณ์พิจารณาและเตรียมพร้อมในการตอบคำถามหรือเตรียมข้อมูลก่อนการสัมภาษณ์จริง ในขณะเดียวกันผู้วิจัยได้ส่งจดหมายขอเข้าพบและกำหนดเวลานัดหมายเพื่อการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ

ขั้นตอนที่สาม ขั้นตอนการเก็บข้อมูลโดยการดำเนินการสัมภาษณ์ตามประเด็นคำถาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้อภิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในระหว่างเก็บรวบรวมข้อมูล และเมื่อทำการเก็บข้อมูลครบถ้วนแล้ว ทั้งนี้ได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาไว้แล้วมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยอิงตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาไว้แล้ว จากนั้นก็จะทำการนำเสนอข้อมูลในลักษณะการเขียนบรรยายเป็นประเด็นตามแนวคำถามที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก