

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center” ผู้ศึกษาได้ใช้แนวทางวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) จากผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้รับผิดชอบที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบาย วางแผนงาน และควบคุมการบริหารงานด้านลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center และใช้การวิเคราะห์เอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการศึกษา ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษา จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ แบบพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบ

แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาผู้ศึกษาได้ใช้ข้อมูลในการวิเคราะห์ 2 ประเภท ประกอบไปด้วย

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งในที่นี้ คือ ข้อมูลมาจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในประเด็นที่เราต้องการจะศึกษาจากผู้บริหาร สถานออกกำลังกาย และจากการคัดเลือกและประสานงานกับ Clark Hatch Fitness Center ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในปี 2549 ที่มาจาก 4 กลุ่มบริษัท จำนวน 4 ท่านซึ่งเป็นบุคคลที่ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) ได้ใช้การสนทนาแบบกึ่งมาตรฐาน (Semi standarsized Interview) และสถานที่ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ขึ้นอยู่กับความสะดวกของกลุ่มตัวอย่าง โดยดำเนินการสัมภาษณ์ ตั้งแต่วันที่ 19 มิถุนายน 2550 ถึงวันที่ 17 กรกฎาคม 2550 โดยรายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลดังนี้

1. จิรนาฏ ไทยตรง ผู้จัดการฟิตเนสสาขาโรงแรมวินเซอร์สันท
2. ศรีรัตน์ พูลเอี่ยม ผู้จัดการฟิตเนสสาขาโรงแรมอมารีวอเตอร์เกท
3. อุไร แยมทอง ผู้จัดการฟิตเนสสาขาโรงแรมอมารีเอเทรียม
4. จำนงค์ คงสวัสดิ์ ผู้จัดการฟิตเนสสาขาโรงแรมเซนจูร์พาร์ค

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ได้แก่ แหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ประกอบไปด้วยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้าน การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center รวมถึงรวบรวมข้อมูล จากเอกสารต่าง ๆ เช่น ข้อมูลจากทาง อินเทอร์เน็ต ข่าวจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร กิจกรรมนอกลานที่ และเอกสารที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น หนังสือทางวิชาการ วารสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ออกกำลังกาย

วิธีการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพผู้ศึกษาได้เลือกใช้การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งไม่สามารถนำข้อมูลมาแจกแจงได้ โดยใช้การเก็บข้อมูล โดยการกำหนดกรอบคำถามเพื่อจัดทำกรสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เป็นลักษณะคำถามปลายเปิดที่มีการกำหนดแนวคำถามไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการศึกษาและเพื่อให้ผู้รับการสัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลหรือแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ภายใต้คำถามที่กำหนดไว้ ซึ่งผู้ศึกษาได้ใช้กรอบคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีกรอบคำถามดังต่อไปนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การตั้งคำถามในการสัมภาษณ์ จะมุ่งเน้นเพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการศึกษาซึ่งแนวคำถามในการสัมภาษณ์ มีดังนี้คือ

คำถามส่วนที่ 1 เกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการบริหารงานของลูกค้าสัมพันธ์

1. นโยบาย แนวทางในการดำเนินงานการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์มีแนวทางใดบ้าง

2. กลุ่มลูกค้าและวิธีเลือกใช้สื่อเหมาะสมกับลูกค้า
3. วิธีการรักษาลูกค้าเดิม และสร้างฐานลูกค้าใหม่อย่างไร
4. มีวิธีการประเมินการสื่อสารที่ทำต่อกลุ่มลูกค้าอย่างไรบ้าง
5. การทำกิจกรรมที่ผ่านมากิจกรรมประเภทใดที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด และลูกค้าเกิดความพึงพอใจ
6. แนวโน้มการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ฯ ในอนาคตเป็นอย่างไร
7. คุณมองว่าธุรกิจประเภทนี้จะก้าวต่อไปข้างหน้าได้อย่างไรบ้าง และจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใด

คำถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการบริหารงานของลูกค้าสัมพันธ์

ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรใดบ้างที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการในการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์

คำถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค ของการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการบริหารงานของลูกค้าสัมพันธ์

จากการดำเนินงานตามกลยุทธ์ที่วางไว้ พบว่ามีปัญหาและอุปสรรคของการสื่อสารกับลูกค้าอะไรบ้าง และเมื่อแก้ปัญหาแล้วประสบผลสำเร็จหรือไม่อย่างไร จุดอ่อน หรือข้อควรปรับปรุงในการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ฯ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงคุณภาพ ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้ทำการนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์โดยการถอดข้อมูลจากเทปที่ได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้อง และนำเสนอผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ แบ่งเป็น 3 ส่วนตามคือ

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค ของการดำเนินงานด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเพื่อการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ของศูนย์ออกกำลังกาย Clark Hatch Fitness Center