

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยการประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ประเภทการวิจัยเชิงพรรณนา โดยเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มประชากรตัวอย่าง ได้กำหนดวิธีการศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง การประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ สอบถามกลุ่มลูกค้าของธนาคารในจังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง คือ จากลูกค้าทั้งหมด 11,818 ราย (ธนาคารซีไอเอ็มบีไทย (จำกัด) มหาชน, 2552: ออนไลน์) ที่เลือกใช้บริการกับธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย ในจังหวัดเชียงใหม่

การคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (บุญธรรม กิจปรีดาวิสุทธิ, 2540: 71) กำหนดยอมให้มีค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง 0.05 หรือร้อยละ 5

$$\text{สูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ N = จำนวนประชากรทั้งหมด

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิด

สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{11,818}{1 + (11,818 \times 0.05^2)} \\ &= 386.90 \approx 387 \text{ คน} \end{aligned}$$

การคำนวณเบื้องต้นจะได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างประมาณ 387 ตัวอย่าง แต่ในการศึกษาในครั้งนี้ จะใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง และนำเชื่อถือของข้อมูลในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล โดยข้อมูลที่สอบถามได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามแบบปลายปิด (แบบ Rating scale) โดยสอบถามการประเมินผลกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากความพึงพอใจของลูกค้า ธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่สอบถามมี 4 ด้าน ได้แก่ ด้านฐานข้อมูล ด้านการใช้เทคโนโลยี ด้านการกำหนดโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาลูกค้า

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลจากปฐมภูมิ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือจะใช้แบบสอบถามแจกให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกรรมทางการเงินกับธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่ จากลูกค้ากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลจากทุติยภูมิ

แหล่งข้อมูลในการวิจัยใช้แหล่งข้อมูลจากทุติยภูมิ คือศึกษาจากงานวิจัยที่ผ่านมา ซึ่งมีการวิจัยผ่านมาแล้ว เอกสารอ้างอิง บทความ และข้อมูลจากสื่อทุกประเภท และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมาประกอบการวิจัย เพื่อให้ข้อมูลน่าเชื่อถือ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามมาจัดหมวดหมู่ และวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยในการประมวลผล แล้วใช้สถิติพื้นฐานใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (Weight Mean Score; WMS) จะใช้วิธีวิเคราะห์เกี่ยวกับการประเมินกลยุทธ์การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ CRM ของธนาคาร ซีไอเอ็มบี ไทย สาขาเชียงใหม่

โดยกำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ย เพื่อใช้เป็นมาตรฐานเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยการตัดสินใจของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ที่คำนวณได้โดยใช้หลักของ Likert Scales โดยแบ่งระดับการตัดสินใจ และมีเกณฑ์ในการแปลความหมายออกเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ระดับมากที่สุด	5	คะแนน
ระดับมาก	4	คะแนน
ระดับปานกลาง	3	คะแนน
ระดับน้อย	2	คะแนน
ระดับน้อยที่สุด	1	คะแนน

นำผลคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ซึ่งสามารถคำนวณได้ด้วยสูตรดังนี้

โดยที่	WMS =	$(5f_1+4f_2+3f_3+2f_4+1f_5) / TNS$
	WMS =	น้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย
	F_1 =	จำนวนความถี่ที่ระบุว่ามีมากที่สุด
	F_2 =	จำนวนความถี่ที่ระบุว่ามีมาก
	F_3 =	จำนวนความถี่ที่ระบุว่ามีปานกลาง
F_4 =	จำนวนความถี่ที่ระบุว่ามีน้อย	
F_5 =	จำนวนความถี่ที่ระบุว่ามีน้อยที่สุด	
	TNS =	จำนวนตัวอย่างหรือจำนวนผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยของค่าเฉลี่ยจะยึดหลักเกณฑ์ในการวัดระดับดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับ
4.50 - 5.00	มากที่สุด
3.50 - 4.49	มาก
2.50 - 3.49	ปานกลาง

1.50 - 2.49

น้อย

1.00 - 1.49

น้อยที่สุด

การทดสอบสมมุติฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ในการศึกษาค้างนี้จะใช้วิธีการในการทดสอบ 2 รูปแบบ คือ t - test และ F - test

วิธีทดสอบ t - test เป็นการทดสอบเพื่อต้องการทราบว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีค่าแตกต่างกันหรือไม่ โดยใช้สูตรดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550: 179)

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{S_p^2 \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}}$$

โดยที่ $S_p^2 = \frac{(n_1 - 1)S_1^2 + (n_2 - 1)S_2^2}{n_1 + n_2 - 2}$

โดย \bar{x}_1, \bar{x}_2 = ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และ 2

S_p^2 = ความแปรปรวนรวม

S_1^2, S_2^2 = ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และ 2

n_1, n_2 = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และ 2

วิธีทดสอบ F - test เป็นวิธีการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีค่าอยู่มากกว่า 2 ค่าขึ้นไป โดยนำไปวิเคราะห์กับตัวแปรตามที่มีระดับการวัดตัวแปรเป็นระดับมาตราอันตรภาคชั้น (Interval Scale) หรือ มาตรการส่วน (Ratio Scale) โดยการวิเคราะห์นี้จะเรียกว่า Anova ซึ่งเป็นการทดสอบค่าความแปรปรวนของค่าเฉลี่ย ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550: 195)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดย F = สถิติที่ใช้พิจารณา F-distribution

MS_b = ผลรวมกำลังสองเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

MS_w = ผลรวมกำลังสองเฉลี่ยภายในกลุ่ม