

บทที่ 2

วิธีการศึกษาปัญหา

2.1 ขอบเขตของปัญหาที่จะให้คำปรึกษา

ในการศึกษาปัญหาการนำบัตรเงินสดดิจิทัลมาใช้ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ทางคณะผู้ให้คำปรึกษาได้ทำการกำหนดขอบเขตของปัญหาที่จะให้คำปรึกษาของบัตรเงินสดดิจิทัล ดังนี้

- 1.ปัญหาด้านกลยุทธ์ทางการตลาด
- 2.ปัญหาด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์
- 3.ปัญหาด้านการจัดตั้งคณะทำงานโครงการ

2.2 วิธีการวิเคราะห์และระบุปัญหาที่จะให้คำปรึกษา

2.2.1 ศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิ โดยการใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลกับลูกค้าที่ใช้บัตรเงินสดดิจิทัล โดยกำหนดการสัมภาษณ์ตัวอย่างในกลุ่มที่ได้เป็นสมาชิกบัตรเงินสดดิจิทัล และใช้จ่ายผ่านบัตรเงินสดดิจิทัล ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น โดยคณะผู้ให้คำปรึกษา จะทำการสัมภาษณ์ผู้ใช้บัตรเงินสดดิจิทัล จำนวน 30 คน แบ่งเป็นชาย 15 คนและหญิง 15 คน และทำการสัมภาษณ์ ขณะที่มาใช้บริการที่ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งกำหนดการใช้เวลาในการสัมภาษณ์ 40 – 45 นาที/คน

2.2.2 ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ จากข้อมูลที่ถูกค้าได้ร้องเรียนการบริการและปัญหาต่างๆในการใช้บัตรมายังหน่วยงานศูนย์รับข้อร้องเรียน (Call Service) โดยรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 31 พฤษภาคม 2549 – วันที่ 5 กันยายน 2549 ซึ่งมีจำนวนข้อร้องเรียนทั้งหมดจำนวน 1,665 ครั้ง

2.2.3 ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ จากการทำการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ของบริษัททั้งภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อบริษัท โดยนำการวิเคราะห์การตลาดบริการ 7Ps เข้ามาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ประกอบกับการวิเคราะห์ SWOT ของบริษัท เพื่อหาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของบริษัท

2.2.4 ในการศึกษาการวิเคราะห์และระบุปัญหาที่จะให้คำปรึกษา โดยนำแบบจำลองแผนภูมิต้นไม้ (Tree Diagram) มาใช้ในการตัดสินใจเลือกวิธีที่จะใช้แก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม โดยมีแบบจำลองแผนภูมิต้นไม้ของปัญหาบัตรเครดิตดิจิทัลดังนี้

แผนภูมิที่ 2.1

แสดงแผนภูมิต้นไม้ของปัญหาบัตรเครดิตดิจิทัล

แผนภูมิต้นไม้ของปัญหาบัตรเครดิตดิจิทัล

