

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ความคิดเห็น และความคาดหวังของสมาชิกห้องสมุดที่มีต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย และเพื่อพัฒนาแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับสมาชิกห้องสมุดมารวย โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร การวิจัยครั้งนี้กำหนดกลุ่มประชากรผู้ให้ข้อมูลเป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1.1 **ผู้ให้บริการ** เป็นบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ประกอบด้วย

1) **ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน** เป็นผู้รับผิดชอบดูแลนโยบายการบริหารจัดการห้องสมุดมารวย

2) **หัวหน้าห้องสมุดมารวย** เป็นผู้รับผิดชอบบริหารจัดการในด้านที่เกี่ยวข้องกับ พนักงาน งบประมาณ วิธีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย เทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

3) **บรรณารักษ์ห้องสมุดมารวย** เป็นผู้ดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ภายใต้นโยบายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับ วิธีการในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงการพัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย จำนวน 4 คน ประกอบด้วย หัวหน้างาน-บรรณารักษ์ 2 คน บรรณารักษ์ 1 คน และผู้ช่วยบรรณารักษ์ 1 คน

1.1.2 ลูกค้า

1) ลูกค้าภายในซึ่งเป็นสมาชิกห้องสมุดมารวย ได้แก่ พนักงานของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทศูนย์รับฝากหลักทรัพย์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เชีทเทรด คอท คอม จำกัด และ บริษัทแฟมิลี โนฮาว จำกัด จำนวน 598 คน

2) ลูกค้าภายนอกซึ่งเป็นสมาชิกห้องสมุดมารวย ได้แก่ พนักงานของ บริษัทจดทะเบียน บริษัทสมาชิก รัฐวิสาหกิจ องค์กร/นิติบุคคลที่เกี่ยวข้อง ข้าราชการ นิสิต นักศึกษา นักลงทุน และบุคคลทั่วไป จำนวน 367 คน

3) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่าด้าน บริการ ได้แก่ ลูกค้าทั้งภายในและภายนอกที่เป็นสมาชิกและไม่เป็นสมาชิกที่เข้าร่วมกิจกรรม สดุดีปาห้พาเพลินกับห้องสมุดมารวย เรื่อง ตามรอยซีไรท์ ตามแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของห้องสมุดมารวย จำนวน 45 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ

1.2.1 ผู้ให้บริการ จำนวน 6 คน เนื่องจากกลุ่มประชากรมีขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึง ศึกษาประชากรทั้งหมดของกลุ่ม (ดูภาคผนวก ข-ฐ)

1.2.2 กลุ่มลูกค้า ประกอบด้วย

1) ลูกค้าภายใน จำนวน 8 คน และลูกค้าภายนอก จำนวน 8 คน ซึ่งเป็น จำนวนที่เหมาะสมตามหลักการสัมภาษณ์ด้วยเทคนิคสนทนากลุ่มซึ่งดำเนินการตามรูปแบบการ สนทนาพูดคุยแบบตัวต่อตัวในลักษณะกลุ่มสนทนาที่มีจำนวนสมาชิกของกลุ่มราว 8 - 12 คน (Malhotra, 1999: 150; Churchill, 1999: 107) กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ หลายชั้น (multi-stage sampling) ดังนี้

(1) แบ่งกลุ่มลูกค้าเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าภายใน และกลุ่มลูกค้า ภายนอก นำข้อมูลลูกค้าจากระบบห้องสมุดอัตโนมัติ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2546 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2546 มาจัดลำดับตามจำนวนการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศจากมากที่สุด ไปหาจำนวนการยืม-คืนทรัพยากรสารสนเทศน้อยที่สุดแต่ไม่น้อยกว่า 12 ครั้งต่อปี ได้จำนวนกลุ่ม ตัวอย่างกลุ่มลูกค้าภายใน 30 คน และกลุ่มลูกค้าภายนอก 40 คน

(2) กลุ่มตัวอย่างที่สุ่มได้จากการจัดลำดับตามจำนวนการยืม-คืน
ทรัพยากรสารสนเทศนำมาจัดกลุ่มตามตำแหน่งงาน/อาชีพ

ก) กลุ่มลูกค้าภายใน จัดกลุ่มตามตำแหน่งงานได้ 4 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มตำแหน่งรองหรือผู้ช่วยผู้อำนวยการฝ่าย กลุ่มตำแหน่งหัวหน้างาน กลุ่มตำแหน่งเจ้าหน้าที่อาวุโส และกลุ่มตำแหน่งเจ้าหน้าที่ แล้วสุ่มเลือกลูกค้าภายในลำดับที่ 1 ถึง 4 ของแต่ละกลุ่มตำแหน่งงาน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตำแหน่งงานละ 4 คน รวมเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าภายในทั้งสิ้น 16 คน

ข) กลุ่มลูกค้าภายนอก จัดกลุ่มลูกค้าภายนอกตามอาชีพได้ 4 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเงินทุนและพนักงานบริษัทหลักทรัพย์ กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทจดทะเบียน กลุ่มอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจและข้าราชการ กลุ่มอาชีพเจ้าของกิจการ แล้วสุ่มเลือกลูกค้าภายนอกในลำดับที่ 1 ถึง 4 ของแต่ละกลุ่มอาชีพ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอาชีพละ 4 คน รวมเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างลูกค้าภายนอกทั้งสิ้น 16 คน

(3) ติดต่อขอเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าภายในและลูกค้าภายนอกที่ได้สุ่มเลือกไว้ในแต่ละกลุ่มตำแหน่งงานและกลุ่มอาชีพ โดยติดต่อเรียงลำดับจากจำนวนการยืม-คืนมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ใช้การติดต่อใน 2 ลักษณะ คือ การติดต่อทางโทรศัพท์ และการติดต่อทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ลูกค้าบางรายชื่อได้ตอบปฏิเสธ ผู้วิจัยจึงสุ่มเลือกรายชื่อลูกค้าในลำดับถัดไปมาทดแทน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างลูกค้าภายใน และกลุ่มตัวอย่างลูกค้าภายนอก จำนวนกลุ่มละ 8 คน

2) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่าด้านบริการ เนื่องจากมีประชากรเข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้น 45 คน จึงใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา และการรวบรวมข้อมูลเอกสารวิชาการ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการวิเคราะห์ผลการวิจัย โดยมีกระบวนการดังนี้

2.1 การปฐมนิเทศผู้เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ความเป็นมา ความสำคัญ และการดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ทั้งจากเอกสาร บทความทางวิชาการ และการวิจัย

2.2 การสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ดังมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 แบบสัมภาษณ์ จำนวน 4 ชุด ประกอบด้วย

- 1) แบบสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน นำไปใช้เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มี 2 ข้อ ดูภาคผนวก ง
- 2) แบบสัมภาษณ์หัวหน้าห้องสมุดมารวย นำไปใช้เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มี 5 ข้อ ดูภาคผนวก จ
- 3) แบบสัมภาษณ์บรรณารักษ์ห้องสมุดมารวย นำไปใช้เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มี 6 ข้อ ดูภาคผนวก ฉ
- 4) แบบสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าของห้องสมุดมารวย นำไปใช้เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม มี 10 ข้อ ดูภาคผนวก ช

ตารางที่ 3.1 กรอบคำถามในการสัมภาษณ์

วัตถุประสงค์	แนวคิดทฤษฎี	ผู้ให้สัมภาษณ์	คำถาม
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพ การบริหารลูกค้า สัมพันธ์ของ ห้องสมุดมารวย	1. แนวคิดการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ 2. ห้องสมุดกับการบริการ ลูกค้า 3. แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์และแนวทาง การสร้างภาพพจน์ในการ บริการของห้องสมุด	ผู้อำนวยการ สถาบันพัฒนา ความรู้ตลาดทุน	1. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มี แนวทางการบริหารจัดการ และพัฒนา ประสิทธิภาพของพนักงาน เพื่อรองรับ แผนงานด้านการบริการสารสนเทศและ ความรู้ อย่างไรบ้าง 2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบายและ เป้าหมาย ด้านการบริการสารสนเทศและความรู้ของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเกี่ยวกับ กับห้องสมุดมารวย อย่างไรบ้าง
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพ การบริหารลูกค้า สัมพันธ์ของ ห้องสมุดมารวย	1. แนวคิดการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ 2. ห้องสมุดกับการบริการ ลูกค้า 3. แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์และแนวทาง การสร้างภาพพจน์ในการ บริการของห้องสมุด	หัวหน้าห้องสมุด มารวย	1. ห้องสมุดมารวยกำหนดนโยบายและ แผนงานด้านการบริการให้มีความสอดคล้อง กับวิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบายและเป้าหมาย ด้านการบริการสารสนเทศและความรู้ของ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยอย่างไรบ้าง 2. นโยบายและแผนงานด้านการบริการของ ห้องสมุดมารวยเกี่ยวกับการบริหารลูกค้า สัมพันธ์หรือไม่และแผนงานดังกล่าวมีการ บริหารจัดการในด้านต่างๆ ต่อไปนี้หรือไม่ - พนักงาน - งบประมาณ - วิธีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ - เทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการ บริหารลูกค้าสัมพันธ์ 3. ห้องสมุดมารวยได้ดำเนินงานอะไร ไปแล้ว บ้างตามแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ 4. ห้องสมุดมารวยมีการประเมินผลการ ดำเนินงานด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ หรือไม่ อย่างไร และผลการประเมินเป็น อย่างไรบ้าง 5. ห้องสมุดมารวยมีแนวทางพัฒนาการ ดำเนินงานด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ใน อนาคตอย่างไรบ้าง

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	แนวคิดทฤษฎี	ผู้ให้สัมภาษณ์	คำถาม
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพ การบริหารลูกค้า สัมพันธ์ของ ห้องสมุดมารวย	1. แนวคิดการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ 2. ห้องสมุดกับการบริการ ลูกค้า 3. แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์และแนวทาง การสร้างความพึงพอใจใน การบริการของห้องสมุด	บรรณารักษ์ของ ห้องสมุดมารวย	1. ท่านทราบหรือไม่ว่าห้องสมุดมารวยมี นโยบายและแผนงานด้านการบริการ อะไรบ้าง 2. นโยบายและแผนงานด้านการบริการ ดังกล่าวมีความชัดเจนมากน้อยเพียงไร อย่างไร 3. นโยบายและแผนงานการบริการของ ห้องสมุดมารวยได้ให้ความสำคัญกับ บริหารลูกค้าสัมพันธ์มากน้อยเพียงไร อย่างไร 4. ท่านมีบทบาทและหน้าที่เกี่ยวข้องกับการ บริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย อย่างไรบ้าง 5. ท่านพบปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน ตามบทบาทและหน้าที่ดังกล่าวอะไรบ้าง ท่านมีวิธีการแก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น อย่างไร 6. ท่านเห็นด้วยกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ของห้องสมุดมารวยหรือไม่ 7. ห้องสมุดมารวยควรมีแนวทางพัฒนาการ บริหารลูกค้าสัมพันธ์ในอนาคตอย่างไรบ้าง
วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความ คิดเห็นของลูกค้าต่อ การบริหารลูกค้า สัมพันธ์ของ ห้องสมุด มารวย	1. แนวคิดการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ 2. ห้องสมุดกับการบริการ ลูกค้า 3. แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ และ แนวทางการสร้างความพึง พอใจในการบริการของ ห้องสมุด	สมาชิกของ ห้องสมุดมารวย	1. ท่านมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ของ ห้องสมุดมารวยอย่างไรบ้าง 2. ท่านมีความคิดเห็นต่อการบริการของ ห้องสมุดมารวยอย่างไรบ้าง 3. ท่านมีความคิดเห็นต่อพนักงานของ ห้องสมุดมารวยอย่างไรบ้าง 4. ท่านมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการ บริการของห้องสมุดมารวยอย่างไรบ้าง 5. ท่านมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ด้านการ บริการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างไรบ้าง

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	แนวคิดทฤษฎี	ผู้ให้สัมภาษณ์	คำถาม
วัตถุประสงค์ข้อที่ 3			
เพื่อศึกษาความ			6. ท่านมีความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์ของ ห้องสมุดมารวยอย่างไรบ้าง
คาดหวังของลูกค้า			7. ท่านมีความคาดหวังต่อการบริการของ ห้องสมุดมารวยอย่างไรบ้าง
ต่อการบริหารลูกค้า			8. ท่านมีความคาดหวังต่อพนักงานของ ห้องสมุดมารวยอย่างไรบ้าง
สัมพันธ์ของ			9. ท่านมีความคาดหวังต่อภาพลักษณ์ด้านการ บริการของห้องสมุดมารวยอย่างไรบ้าง
ห้องสมุด			10. ท่านมีความคาดหวังต่อภาพลักษณ์ด้าน การบริการของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย อย่างไรบ้าง
มารวย			

2.2.2 แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด ประกอบด้วย

1) แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย (ดูภาคผนวก ก) ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นในสองระดับ คือ เหมาะสม ไม่เหมาะสม และมีคำถามปลายเปิดสำหรับผู้เชี่ยวชาญกรอกข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ให้เหมาะสมกับลูกค้าของห้องสมุดมารวย

2) แบบสอบถามผู้เข้าร่วมกิจกรรม เพื่อประเมินความพึงพอใจกิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่าการบริการ กิจกรรมสุดสัปดาห์พาเพลินกับห้องสมุดมารวย เรื่อง ตามรอยชีไรท์ ตามแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

(ดูภาคผนวก ค) ผู้วิจัยมีหลักการวิธีคิดคำถามจากการปรัศน์วรรณกรรม การวิเคราะห์ผลการวิจัย และการสอบถามหัวหน้าห้องสมุดมารวยถึงความต้องการนำข้อมูลไปใช้ในการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยในอนาคต (ดูภาคผนวก ค) แบบสอบถามมี 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ความพึงพอใจเกี่ยวกับกิจกรรมของห้องสมุดมารวย ด้านวิทยากร ด้านรูปแบบการจัดกิจกรรม ด้านระยะเวลาในจัดกิจกรรม และด้านสถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรม เป็น คำถามแบบมาตราประมาณค่า 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย

ตอนที่ 2 การรับข่าวกิจกรรมของห้องสมุดมารวย เป็นคำถามแบบเลือกตอบ เกี่ยวกับช่องทางการรับรู้ข่าวกิจกรรมของห้องสมุดมารวย

ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิด โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเขียนแสดงความคิดเห็นนอกเหนือจากข้อคำถามที่ได้สอบถามไปในตอนที่ 1 – ตอนที่ 2 และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่อยู่ที่จะควหาให้ห้องสมุดมารวยจัดส่งข่าวกิจกรรมครั้งต่อไป

ตารางที่ 3.2 กรอบคำถามในแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์	ที่มาของคำถาม	ผู้ตอบแบบสอบถาม	เก็บข้อมูล
วัตถุประสงค์ ข้อที่ 4 เพื่อพัฒนา แนวทางการ บริหารลูกค้า สัมพันธ์ที่ เหมาะสมกับ ลูกค้าห้องสมุด มารวย	1. การปฏิสัมพันธ์ที่ เกี่ยวข้อง บทที่ 2 2. การวิเคราะห์ผลการวิจัยตาม วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 - ข้อที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญ	ความเหมาะสมของกิจกรรม การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ เหมาะสมกับลูกค้าห้องสมุด มารวย
	1. การปฏิสัมพันธ์ที่ เกี่ยวข้อง บทที่ 2 2. การวิเคราะห์ผลการวิจัยตาม วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 - ข้อที่ 3 3. สอบถามความต้องการของ ห้องสมุดมารวย	ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอ ใจเกี่ยวกับกิจกรรมการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่า ด้านบริการ กิจกรรมสุดสัปดาห์ พาเพลินกับห้องสมุดมารวย เรื่อง ตามรอยชีไรท์

2.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย แบบ สัมภาษณ์ จำนวน 4 ชุด และแบบสอบถามจำนวน 2 ชุด ได้รับการตรวจสอบคุณภาพ เครื่องมือวิจัยดังนี้

2.3.1 แบบสัมภาษณ์ ตรวจสอบหาความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ความสมบูรณ์ของคำถาม และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ โดยผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ทั้ง 4 ชุดส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ และส่งให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสารสนเทศศาสตร์และการ บริหารธุรกิจ ประกอบด้วย อาจารย์ผู้สอนด้านการบริหารธุรกิจ ผู้บริหารองค์การเอกชน และ บรรณารักษ์ระดับบริหาร จำนวนรวม 6 ท่าน (ดูภาคผนวก ค-ฉ) ซึ่งผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะให้ ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ในภาพรวม คือ รวมข้อคำถามที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกันถามไว้ในข้อเดียวกัน และจัดกลุ่มคำถามในลักษณะของข้อคำถามหลักและข้อคำถามย่อย ตามรายละเอียดต่อไปนี้

ชุดที่ 1 แบบสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน ผู้เชี่ยวชาญเสนอให้เพิ่มคำถามเกี่ยวกับนโยบายของตลาดหลักทรัพย์ฯ ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการ บริการของห้องสมุดมารวย และเสนอให้รวมคำถามข้อที่ 1 การกำหนดนโยบาย และคำถามข้อที่ 2 การกำหนดแผนงาน เป็นคำถามเดียวกัน คือ การกำหนดนโยบายและแผนงาน

ชุดที่ 2 แบบสัมภาษณ์หัวหน้าห้องสมุดมารวย ผู้เชี่ยวชาญเสนอให้รวม คำถามข้อที่ 2 การบริหารจัดการด้านพนักงาน คำถามข้อที่ 3 การบริหารจัดการด้านงบประมาณ คำถามข้อที่ 4 การบริหารจัดการด้านวิธีการดำเนินงาน และคำถามข้อที่ 5 การบริหารจัดการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นคำถามเดียวกัน โดยจัดเป็นคำถามหลัก และคำถามย่อย ดังนี้ แผนงานที่เกี่ยวกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยมีการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้อย่างไรบ้าง ด้านพนักงาน ด้านงบประมาณ ด้านวิธีดำเนินงาน ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะให้เพิ่มคำอธิบาย เทคโนโลยีสารสนเทศ เป็น เทคโนโลยี สารสนเทศที่สนับสนุนการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ และให้เพิ่มคำถามเกี่ยวกับแนวทางหรือวิธี ประเมินความพึงพอใจในการใช้บริการของสมาชิกห้องสมุดมารวย รวมถึงการพัฒนาการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยในอนาคต

ชุดที่ 3 แบบสัมภาษณ์บรรณารักษ์ห้องสมุดมารวย ผู้เชี่ยวชาญเสนอให้เพิ่ม คำถามเกี่ยวกับ การรับทราบนโยบายและแผนงานของห้องสมุดมารวย บทบาทและหน้าที่ของ บรรณารักษ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย และปรับด้านภาษาใน คำถามข้อที่ 6 “ท่านมีความต้องการ ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพื่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ กับสมาชิกห้องสมุดอย่างไร” ผู้เชี่ยวชาญให้ปรับแก้เป็น “ห้องสมุดมารวยควรปรับปรุงหรือ พัฒนาการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ในอนาคตอย่างไร”

ชุดที่ 4 แบบสัมภาษณ์ลูกค้าของห้องสมุดมารวย ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะให้ปรับแก้ คำถามข้อที่ 4–5 และคำถามข้อที่ 9–10 เป็น ภาพลักษณ์ด้านการบริการ

ผู้วิจัยได้ปรับแก้เครื่องมือตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 6 ท่าน จนครบทั้ง 4 ชุดและนำเครื่องมือฉบับสมบูรณ์ไปใช้เป็นแนวคำถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ได้คัดเลือกได้ตามกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

2.3.2 แบบสอบถาม

ชุดที่ 1 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ ได้รับการตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความสมบูรณ์ของคำถาม และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ จากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ชุดที่ 2 แบบสอบถามผู้เข้าร่วมกิจกรรม ได้รับการตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความสมบูรณ์ของคำถาม และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ จากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และหัวหน้าห้องสมุดมารวย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับดังนี้

3.1.1 การเตรียมความพร้อมในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เตรียมความพร้อมใน 3 ด้าน ได้แก่ ผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์ และเครื่องมืออุปกรณ์การสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดคือ

1) ด้านผู้ให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยส่งจดหมายขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการวิจัยที่ออกโดยมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชถึงผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน และหัวหน้าห้องสมุดมารวย เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละกลุ่ม และติดต่ออย่างไม่เป็นทางการด้วยวาจาจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนเพื่อแจ้งวัน เวลา สถานที่ในการสัมภาษณ์ พร้อมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับหัวข้อการวิจัยที่ต้องการสอบถาม วัตถุประสงค์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แนวคำถาม และข้อมูลอื่น ๆ ตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นัดหมายผู้ให้สัมภาษณ์ล่วงหน้า 2 สัปดาห์ เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์มีเวลาเตรียมข้อมูล

2) ด้านผู้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาและทำความเข้าใจเนื้อหาของการสัมภาษณ์ ข้อมูลจากเอกสารของตลาดหลักทรัพย์ฯ เอกสารที่ใช้ในการปฏิบัติงานของห้องสมุดมารวย ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้ผู้วิจัยมีข้อมูลเบื้องต้นสำหรับนำไปใช้ในการสัมภาษณ์ได้อย่างละเอียด ครบประเด็น และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้การ

สถาบันพัฒนาความรู้ตลาดทุน หัวหน้าห้องสมุดมารวย บรรณารักษ์ห้องสมุดมารวย ได้อย่างครบถ้วนภายในเวลาอันจำกัด เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลต้องดำเนินการในวันทำการของตลาดหลักทรัพย์ฯ ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งต้องปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบมีเวลาไม่มากในการให้ข้อมูล

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เตรียมความพร้อมของทีมงานในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยเทคนิคการสนทนากลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย ผู้ช่วยบรรณารักษ์ และนักศึกษาฝึกงานจากภาควิชาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยประเด็นที่ได้ทำความเข้าใจกับทีมงาน คือ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง วิธีการสัมภาษณ์ กรอบคำตอบที่ต้องการ รวมถึงวิธีการใช้งานเครื่องบันทึกเสียง เพื่อให้สามารถเก็บข้อมูลที่ต้องการได้อย่างครบถ้วนในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพียงครั้งเดียว

3) ด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้จัดเตรียมและตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยของแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ทุกครั้ง รวบรวมอุปกรณ์ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง ปากกา ดินสอ ยางลบ สมุดจดบันทึก

3.1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการวิจัยนี้ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสัมภาษณ์ด้วยเทคนิคสนทนากลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารและบรรณารักษ์ของห้องสมุดมารวย รวม 6 คน เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 18 มิถุนายน 2547 – วันที่ 7 กันยายน 2547 เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลติดภาระงานจึงต้องใช้เวลานานสำหรับการนัดหมายขอสัมภาษณ์ ในการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้เริ่มต้นจากการชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย อธิบายถึงประโยชน์ของการวิจัย รวมถึงเหตุผลที่เลือกผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ให้ข้อมูล แล้วจึงถามคำถามที่ได้เตรียมไว้ และเมื่อการสัมภาษณ์สิ้นสุดลงจะต้องกล่าวขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ เวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์นานที่สุด 35 นาที และเวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์น้อยที่สุด 20 นาที (ดูภาคผนวก ข-ฐ) โดยผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์บันทึกเทปสัมภาษณ์ไว้ทุกครั้ง ภายหลังจากได้วิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยแล้วพบว่าขาดข้อมูลบางประเด็น ผู้วิจัยได้ขอข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติมด้วยการติดต่อทางโทรศัพท์ และการสอบถามเป็นส่วนตัว

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ด้วยเทคนิคสนทนากลุ่ม

การสัมภาษณ์ด้วยเทคนิคสนทนากลุ่ม ซึ่งเป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมในการวิจัยการตลาดเชิงคุณภาพ ช่วยให้สามารถเก็บรวบรวมความคิดเห็นได้อย่างละเอียดลึกซึ้ง (Aaker, Kumar and Day, 2000: 189) ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ด้วยเทคนิคสนทนากลุ่มในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าภายใน และลูกค้าภายนอกของห้องสมุดมารวย จำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มละ 8 คน ระหว่างวันที่ 27 พฤษภาคม 2547 – วันที่ 5 มิถุนายน 2547 ใช้เวลาสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าภายใน 1 ชั่วโมง 30 นาที และใช้เวลาสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าภายนอก 1 ชั่วโมง 40 นาที (ดูภาคผนวก ท-ฅ) ซึ่งเป็นไปตามหลักการที่ระบุว่าช่วงเวลาที่เหมาะสมในการสนทนาอยู่ระหว่าง 90 นาที ถึง 2 ชั่วโมง (Churchill, 1999: 109; Hair, Bush and Ortinua, 2000: 222) การสัมภาษณ์นี้ผู้วิจัยเป็นผู้นำเสนอประเด็นให้สมาชิกทุกคนได้สนทนาและอภิปรายร่วมกัน ระหว่างการสนทนามีการซักถาม และได้แจ้งจากสมาชิกกลุ่มที่เป็นประโยชน์ต่อการตอบปัญหาการวิจัย ทำให้ข้อมูลที่ได้รับมีความครบถ้วน สมบูรณ์ทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก ทั้งนี้ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์บันทึกเทปสัมภาษณ์ไว้ และจดบันทึกร่วมกับการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์

3.1.3 การตรวจสอบข้อมูลการวิจัย เมื่อเสร็จการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้

ตรวจสอบทุกครั้งว่าข้อมูลที่สัมภาษณ์ได้รับการบันทึกเสียงไว้อย่างถูกต้องสมบูรณ์หรือไม่ และจัดเก็บเทปบันทึกเสียงเป็นหมวดหมู่เพื่อรอการถอดเทปการสัมภาษณ์

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 2 ชุด ดังนี้

3.2.1 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ

จำนวน 3 คน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ และการประชาสัมพันธ์ จำนวน 1 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการคุณภาพ จำนวน 1 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการสถาบันบริการสารสนเทศ จำนวน 1 คน โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าไม่มีการปรับแก้

3.2.2 แบบสอบถามผู้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม

สุดสัปดาห์พาเพลินกับห้องสมุดมารวย ตอน ตามรอยซีไรท์ จำนวน 45 คน ในวันที่ 10 กันยายน 2548 และเก็บรวบรวมแบบสอบถามหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมในวันเดียวกัน ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 45 ฉบับ มีความสมบูรณ์ในการตอบและสามารถนำมาวิเคราะห์ได้ทุกฉบับ เนื่องจากได้ตรวจสอบความครบถ้วนของการตอบแบบสอบถามทันทีที่ได้รับแบบสอบถามกลับคืน และได้ขอให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มเติมข้อมูลให้ครบสมบูรณ์ในฉบับที่ยังตอบไม่สมบูรณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

4.1.2 ถอดเทปคำสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ โดยไม่ตัดทอนข้อความใด ๆ ทั้งสิ้น

4.1.3 พิมพ์คำสัมภาษณ์ โดยต้องเว้นด้านข้างเพื่อไว้สำหรับการบันทึกประเด็น

ที่พบแล้วเก็บรวบรวมเพื่อเตรียมวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4.1.4 ตรวจสอบความถูกต้องของการบันทึกข้อมูลด้วยการฟังเทปซ้ำ จากนั้นนำบทสัมภาษณ์ส่งผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อขอคำยืนยันความถูกต้อง รวมถึงคำยินยอมให้ผู้วิจัยนำบทสัมภาษณ์เผยแพร่ต่อสาธารณะ

4.1.4 สร้างกลุ่มคำ เนื่องจากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมีจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงใช้เทคนิคการจัดกลุ่มข้อมูล การลดทอนขนาดของข้อมูล และการสรุปข้อมูลจากการวิเคราะห์กลุ่มคำ (domain analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1-3 การจำแนกประเภทของข้อมูลตามการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกลุ่มคำ ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ความสัมพันธ์ของกลุ่มคำ

กลุ่มคำ	ความสัมพันธ์	คำหลัก
การบริการสารสนเทศ ทรัพยากรสารสนเทศประเภทต่าง ๆ ระบบสืบค้นข้อมูล สถานที่ให้บริการ	----- เป็นส่วนหนึ่งของ ----->	ผลิตภัณฑ์
การใช้บริการ บริการประเภทต่าง ๆ เวลาให้บริการ	----- เป็นส่วนหนึ่งของ ----->	บริการ
เจ้าหน้าที่ห้องสมุด พี่ หรือ น้อง บรรณารักษ์	----- เป็นส่วนหนึ่งของ ----->	พนักงาน
ตราสินค้า ชื่อ ภาพ องค์กรแห่งประเทศไทย	----- เป็นส่วนหนึ่งของ ----->	ภาพลักษณ์

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

4.2.1 แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญ วิเคราะห์และรวบรวมประเด็นนำมาปรับปรุงแนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4.2.2 แบบสอบถามผู้เข้าร่วมกิจกรรม วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินกรณีศึกษากิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่าด้านบริการของห้องสมุดมารวย

ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบมาตราประมาณค่า 3 ระดับ คือ มาก ปานกลาง น้อย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การหาค่าร้อยละ

ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นคำถามแบบเลือกตอบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ

ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 เป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการจัดกิจกรรมของห้องสมุดมารวย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการจัดกลุ่มข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ และนำเสนอด้วยการบรรยายความ

4.3 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์ การสำรวจ มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และเรียบเรียงตามหมวดหมู่ดังนี้

ตอนที่ 1 สภาพการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

- 1.1 นโยบายการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย
- 1.2 การดำเนินการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

- 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์
- 2.2 ด้านบริการ
- 2.3 ด้านพนักงาน
- 2.4 ด้านภาพลักษณ์

ตอนที่ 3 ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

- 3.1 ด้านผลิตภัณฑ์
- 3.2 ด้านบริการ
- 3.3 ด้านพนักงาน
- 3.4 ด้านภาพลักษณ์

ตอนที่ 4 แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

4.1 แนวทางการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

4.2 แผนปฏิบัติการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ของห้องสมุดมารวย

4.3 กรณีศึกษากิจกรรมการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้วยการสร้างคุณค่า

ด้านบริการของห้องสมุดมารวย