

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการศึกษา “การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ กรณีศึกษา ลูกค้ากลุ่มคลินิกของบริษัท พี. แอนด์ โอ. เฮลท์ตี้แคร์ จำกัด” นี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาในเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด ดังนี้

- 3.1 ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 3.5 สมมติฐานการวิจัย
- 3.6 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.7 กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล และกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.8 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.9 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มลูกค้าเฉพาะที่เป็นกลุ่มคลินิก ที่มีสถานประกอบการอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นคลินิกที่ไม่มีสาขา และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ให้กับคลินิกนั้น ๆ โดยกลุ่มประชากรนี้มี 105 ราย โดยเก็บแบบสอบถามทุกราย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. รวบรวมคัดแยกข้อมูลลูกค้าจากฐานข้อมูลลูกค้า และเลือกมาเฉพาะลูกค้าที่เป็นกลุ่มประชากรที่ดำเนินการศึกษาในครั้งนี้
2. ชี้แจงแบบสอบถาม ให้พนักงานที่เป็นตัวแทนขาย เพื่อทำความเข้าใจก่อนนำไปให้ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

3. จัดทำแบบสอบถาม พร้อมชี้แจงคำถามเพื่อให้พนักงานที่เป็นตัวแทนขายนำไปสอบถามลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง

4. นัดพบกลุ่มตัวอย่าง ณ สถานที่ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถาม

5. เก็บรวบรวมแบบสอบถาม

6. คัดกรองแบบสอบถามที่ตอบไม่ครบถ้วนออก ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้มีแบบสอบถามที่ตอบไม่ครบถ้วนถูกตัดออกจำนวน 5 ชุด

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ หรือ ตัวแปรต้น (Independent Variables) มีดังนี้

1.1 ปัจจัยการรับรู้ด้านการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบัน ประกอบด้วย

- ด้านฐานข้อมูลลูกค้า
- ด้านการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม
- ด้านโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์
- ด้านการรักษาฐานลูกค้า

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) มีดังนี้

2.1 ความพึงพอใจในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ประกอบด้วย

- ด้านความถูกต้อง
- ด้านความครบถ้วน

3. คำจำกัดความคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

3.1 การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) หมายถึง กิจกรรมการตลาดที่กระทำต่อลูกค้าซึ่งอาจจะเป็นลูกค้าผู้บริโภค หรือคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายแต่ละราย โดยมีการทำกิจกรรมการตลาด ได้แก่ ด้านการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ด้านโปรแกรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ และด้านการรักษาฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมุ่งให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจ มีการรับรู้ที่ดี ตลอดจนรู้สึกชอบบริษัทและผลิตภัณฑ์หรือการบริการของบริษัท

3.2 การรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ปัจจุบัน หมายถึง คะแนนประเมินผลตามการทำงานของบริษัทฯ ที่ทำได้จากประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 ความคาดหวังด้านการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง คະแนนประเมินตามที่ได้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าบริษัท ควรทำได้ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความพึงพอใจ

3.4 ระดับความคาดหวังการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ หมายถึง ผลต่างระหว่างความคาดหวังด้านการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และการรับรู้การบริการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ปัจจุบัน

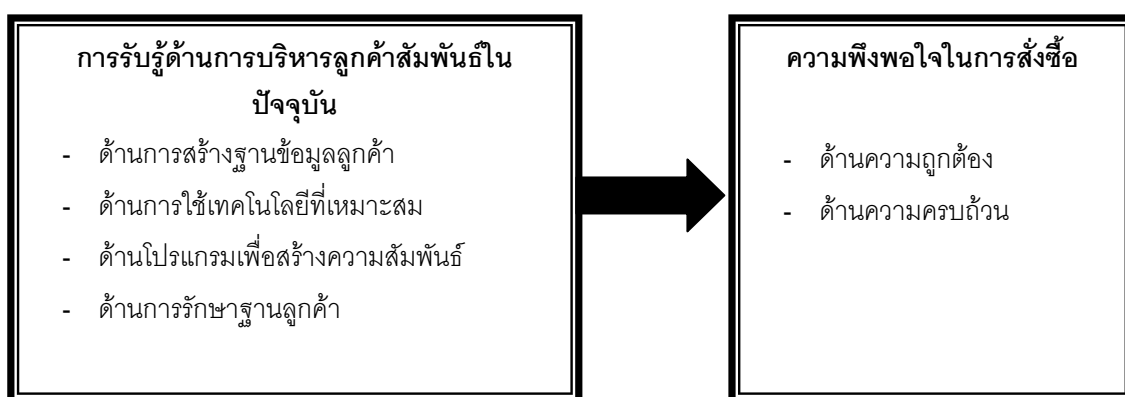
3.5 ความพึงพอใจด้านความถูกต้องของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ และของแถมจากการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ครบตามจำนวน ถูกต้องตามชนิดหรือสีที่สั่ง รวมถึงได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ทางช่องทางต่าง ๆ และข้อมูลการส่งเสริมการขายที่ถูกต้อง

3.6 ความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์ และของแถมจากการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ครบตามจำนวนที่สั่งรวมถึง การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ครบถ้วนเหมือนกันทั้งจากพนักงานขายและเว็บไซต์ รวมถึงการได้รับแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่างทดลองใช้ครบถ้วนทุกผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสนใจสั่งซื้อ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ
(Independent Variable)

ตัวแปรตาม
(Dependent Variable)



สมมติฐานในการวิจัย

1. กลุ่มลูกค้าที่มีระดับการรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความถูกต้องของผลิตภัณฑ์สบู่อ่อน สบู่เหลว และแชมพู
2. กลุ่มลูกค้าที่มีระดับการรับรู้การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ในปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านความครบถ้วนของผลิตภัณฑ์สบู่อ่อน สบู่เหลว และแชมพู

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แล้วนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน โดยเนื้อหาในแบบสอบถามประกอบไปด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ของคลินิกผิวหนัง

สำหรับค่าเฉลี่ยในการนำมาพิจารณา โดยการหาค่าความกว้างของอันตรภาคชั้น (สุวิมล ติรกานันท์, 2546)

จากสูตร $\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น}$

แทนค่า $\text{ความกว้างอันตรภาคชั้น} = (5-1) / 5$

$= 0.8$

ดังนั้น จะได้ช่วงของคะแนนค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ และการแปลผลแบ่งเป็น 5 เกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	คะแนนหมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	คะแนนหมายถึง	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	คะแนนหมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	คะแนนหมายถึง	พึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	คะแนนหมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

ส่วนที่ 1 ระดับความคาดหวังการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

ระดับความคาดหวัง 5 คะแนนหมายถึง คาดหวังมากที่สุด

ระดับความคาดหวัง 4 คะแนนหมายถึง คาดหวังมาก

ระดับความคาดหวัง 3 คะแนนหมายถึง คาดหวังปานกลาง

ระดับความคาดหวัง 2 คะแนนหมายถึง คาดหวังน้อย

ระดับความคาดหวัง 1 คะแนนหมายถึง คาดหวังน้อยที่สุด

ระดับความคาดหวัง 0 คะแนนหมายถึง ไม่มีความคาดหวัง

ส่วนที่ 2 ค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

สำหรับค่าเฉลี่ยในการนำมาพิจารณา โดยการหาค่าความกว้างของอันตรภาคชั้น

(สุวิมล ติรกานันท์, 2546)

จากสูตร ความกว้างอันตรภาคชั้น = (คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด)/จำนวนชั้น

แทนค่า ความกว้างอันตรภาคชั้น = (5-0) / 6

= 0.83

ดังนั้น จะได้ช่วงของคะแนนค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวังด้านการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และการแบ่งผลแบ่งเป็น 6 เกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.18-5.00 คะแนนหมายถึง คาดหวังมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.35-4.17 คะแนนหมายถึง คาดหวังมาก

ค่าเฉลี่ย 2.52-3.34 คะแนนหมายถึง คาดหวังปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.68-2.51 คะแนนหมายถึง คาดหวังน้อย

ค่าเฉลี่ย 0.84-1.67 คะแนนหมายถึง คาดหวังน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 0.00-0.83 คะแนนหมายถึง ไม่มีความคาดหวัง

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล และ

กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ทั้งหมดมาดำเนินการดังต่อไปนี้

1.1 ตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

1.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องและสมบูรณ์มาลงรหัสตามที่กำหนด

1.3 การประมวลผลข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

เป็นการนำเสนอข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาโดยนำมาบรรยายถึงลักษณะของข้อมูลที่เก็บมาได้ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะใช้ตารางการแจกแจงความถี่ โดยใช้สถิติได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลในแบบสอบถามต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะของข้อมูลส่วนบุคคล และข้อมูลพฤติกรรมการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์

2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำผลข้อมูลที่เก็บมาบรรยาย สรุปผล และทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติอ้างอิงแบบไม่มีพารามิเตอร์ (Non-Parametric Inference) ซึ่งสถิติอ้างอิงแบบไม่มีพารามิเตอร์ที่ใช้ในการศึกษานี้ได้แก่ สถิติ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2538)

$$P = \frac{fx \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

f แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean หรือ $\bar{X}$) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2552)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

$\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2552)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้หาคุณภาพของแบบสอบถามหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545)

$$\alpha = \frac{\overline{k \text{ covariance} / \text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance} / \text{variance}}}$$

α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ

k แทน จำนวนคำถาม

Covariance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ

Variance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

1. การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้น (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวที่ความสัมพันธ์อยู่ในรูปเชิงเส้น ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ในรูปสมการเชิงเส้นดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2552)

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_k X_k + e$$

Y แทน ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

X แทน ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

β_0 แทน ส่วนตัดแกน Y เมื่อกำหนดให้ $X_1 = X_2 = \dots = X_k = 0$

e แทน ความคลาดเคลื่อนอย่างสุ่ม (Random Error)

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_k$ แทน สัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงส่วน