

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาโครงการเฉพาะบุคคลเรื่อง “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อแผนลูกค้าสัมพันธ์บริษัท ลอสมัค (ประเทศไทย) จำกัด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ บริษัทที่เป็นลูกค้าของแผนลูกค้าสัมพันธ์บริษัท ลอสมัค (ประเทศไทย) มีจำนวนทั้งสิ้น 283 สาขา หรือ 95 บริษัท

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษากำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้คำนวณตามหลักการแปรผันร่วมกันระหว่างขนาดของกลุ่มตัวอย่างกับความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Taro Yamane โดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความผิดพลาดในการสุ่มได้ $\pm 5\%$ หรือ 0.05 จากจำนวนทั้งสิ้น 283 สาขา

$$\text{จากสูตร } n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมดที่ต้องศึกษา

e = ค่าความคลาดเคลื่อน

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าสูตร} &= \frac{283}{1 + 283 (0.05)^2} \\ &= 165 \end{aligned}$$

จากสูตร ผู้วิจัยได้ทำการแทนค่า ซึ่งจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 165 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

กรณีบริษัทที่มี 1 สาขา มีทั้งสิ้น 67 บริษัท เก็บข้อมูล 67 ชุด

กรณีบริษัทที่มีสาขา มากกว่า 1 สาขา จะทำการเลือกโดยมีจำนวนดังต่อไปนี้

$$\frac{n \times \text{จำนวนสาขา/บริษัท}}{\text{จำนวนลูกค้าทั้งหมด}} = \text{ความถี่}$$

ตารางที่ 3.1

แสดงการสุ่มตัวอย่าง

จำนวนสาขา/บริษัท	จำนวนที่เก็บต่อบริษัท	มีทั้งสิ้น (บริษัท)	จำนวนที่แจกแบบสอบถาม
2	1	9	9
3	1	3	3
4	2	8	16
5	2	1	2
6	3	2	6
11	6	1	6
12	6	1	6
22	13	1	13
28	16	1	16
37	21	1	21
รวม			165

ตัวแปรในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยสามารถจำแนก ตามสมมุติฐานได้

ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ประเภทธุรกิจของบริษัทลูกค้าแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระประเภทธุรกิจของบริษัทลูกค้า ได้แก่ ประเภทอุปโภค บริโภค ขนส่ง ค้าปลีก บริการคลังสินค้า หรือประเภทอื่น ๆ

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการใช้บริการแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ รูปแบบการใช้บริการ ได้แก่ ใช้ภายในบริษัท และใช้ในระบบกระจายสินค้า

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 3 ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ระยะเวลาในการเป็นลูกค้า ได้แก่ 1 – 3 ปี 4 – 6 ปี 7 – 9 ปี และ 10 ปีขึ้นไป

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์

สมมติฐานที่ 4 จำนวนไม้พาเลทที่เช่าต่อเดือนแตกต่างกัน ลูกค้ามีความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ จำนวนไม้พาเลทที่เช่าต่อเดือน ได้แก่ ต่ำกว่าหลักร้อย หลักพัน หลักหมื่น หลักแสน

ตัวแปรตาม ความพึงพอใจในการให้บริการของแผนกลูกค้าสัมพันธ์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงสำรวจในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบบมีโครงสร้าง (Questionnaires) จำนวน 165 ชุด โดยผู้วิจัยจะสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทางโทรศัพท์ และผู้วิจัยเป็นผู้กรอกแบบสอบถามแทน แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างมีคำถามทั้งปลายปิด (Closed-Ended Question) แบบมีตัวเลือก และคำถามชนิดปลายเปิด (Open-Ended Question) คำถามในแบบสอบถามแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า ได้แก่ ประเภทธุรกิจของบริษัทลูกค้า ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า รูปแบบการให้บริการ จำนวนสินค้าที่เช่าต่อเดือน อยู่ในรูปแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ลอสมัค (ประเทศไทย) จำกัด อยู่ในรูปแบบตรวจสอบรายการ (Check List) แบ่งออกตามส่วนผสมทางการตลาด 4 C's (The Four Cs of Marketing Mix) ดังนี้

- ลูกค้า (Customer)
- ต้นทุน (Cost)
- ความสะดวก (Convenience)
- การติดต่อสื่อสาร (Communication)

แบบสอบถามแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งกำหนดตามความมากน้อย ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

จากเกณฑ์การให้ค่าระดับของส่วนนี้สามารถนำมาแปลความหมายของค่าระดับในการวิเคราะห์ตามหลักเกณฑ์วิเคราะห์ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ดังนั้น ผู้ศึกษาได้นำค่าเฉลี่ยเพื่อมาใช้อธิบายความพึงพอใจของลูกค้าต่อแผนกลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ลอสมัค (ประเทศไทย) จำกัด โดยจัดเกณฑ์ของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ (คำถามปลายเปิด)

ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่มีต่อการดำเนินงานของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ของบริษัท ลอสมัค (ประเทศไทย) จำกัด

โดยมีโครงร่างแบบสอบถามดังนี้

ตารางที่ 3.2
แสดงโครงร่างแบบสอบถาม

คำถาม	จำนวนข้อ	ข้อเลขที่
1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์		
- ประเภทธุรกิจของบริษัทลูกค้า	1	1
- รูปแบบการให้บริการ	1	2
- ระยะเวลาที่เป็นลูกค้า	1	3
- จำนวนสินค้าที่เช่าต่อเดือน	1	4
2. ความพึงพอใจของลูกค้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์		
- ลูกค้า (Customer)	5	1 – 6
- ต้นทุน (Cost)	4	7 – 10
- ความสะดวก (Convenience)	2	11 – 12
- การติดต่อสื่อสาร (Communication)	3	14 – 16
3. ข้อเสนอแนะ	1	1
4. ภาพรวมการให้บริการ	1	1
รวม	20	20

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถามโดยผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษารายงานโครงการเฉพาะบุคคลและผู้จัดการแผนกลูกค้าสัมพันธ์คือ คุณภัทรรดา ไกรคุ้ม ตรวจสอบเพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของโครงสร้างแบบคำถามและความเหมาะสมของถ้อยคำที่ใช้ในแต่ละข้อว่าตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้หรือไม่ และภาษาที่ใช้ให้เหมาะสมเป็นที่เข้าใจของทั้งผู้ตอบและผู้จัดทำวิจัย แล้วนำมาแก้ไขปรับปรุง ก่อนนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

2. การหาค่าความเชื่อถือ (Reliability) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบนำร่อง (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงหรือเหมือนกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อทดลองตอบแบบสอบถามเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของครอนบาช (Cronbach's Alpha) ได้เท่ากับ 0.8817 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์สูง กล่าวคือ สามารถนำเครื่องมือนี้ไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่วนที่ 1 ศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research)

โดยการค้นคว้าหาข้อมูลทั่วไปเพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษาจากเอกสาร หนังสือ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และรายงานโครงการเฉพาะบุคคลจากหนังสือห้องสมุดของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ แนวคิด และทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และเอกสารภายในเกี่ยวกับการดำเนินลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท ลอสมัม (ประเทศไทย) จำกัด

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

การวิจัยภาคสนาม (Field Study) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ บริษัท ลอสมัม (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการสอบถามลูกค้าของแผนกลูกค้าสัมพันธ์ โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ เมื่อผู้ศึกษาได้รับแบบสอบถามที่ทำการครบตามจำนวน 165 ชุดแล้ว ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องแล้วจึงนำข้อมูล

ที่ได้มาประมวลผลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ โปรแกรม SPSS หรือ Statistical Package for Social Sciences

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบสอบถามตอนที่ 1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ใช้สถิติ ร้อยละ

แบบสอบถามตอนที่ 2 : ความพึงพอใจของลูกค้าแผนกลูกค้าสัมพันธ์ (บริษัท ลอสมัค (ประเทศไทย) จำกัด) ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติร้อยละ

แบบสอบถามตอนที่ 3 : ข้อเสนอแนะ ใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency)

การทดสอบสมมติฐานใช้ค่าสถิติ One-way ANOVA

กรอบแนวคิดการวิจัย

(Conceptual Framework)

แผนภาพที่ 3.1

แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

